

# **Hva kommer først: folk eller arbeidsplasser?**

*En casestudie av kommunale næringsstrategier, stedsattraktivitet og næringsutvikling i Arendal og Grimstad*

**Herman Drevdal**



Masteroppgave i samfunnsgeografi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

**Universitetet i Oslo**

Mai 2013



## INNHOLDSFORTEGNELSE

<b>1 INNLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1 Forskningsspørsmål .....	2
1.2 Oppgavens disposisjon .....	3
<b>2 DEN KREATIVE KLASSE OG NÆRINGSKLYNGER .....</b>	<b>5</b>
2.1 Business climate versus people climate.....	5
2.2 Den kreative klassen .....	5
2.2.1 People Climate .....	6
2.2.2 Stedskvalitet .....	10
2.3 Kritikk av Floridas teorier .....	11
2.4 Business climate .....	14
2.5 Webers lokaliseringsteori .....	14
2.6 Klyngeteori: Et historisk blick .....	16
2.6.1 Taus kunnskap, buzz, pipelines og untraded interdependencies.....	17
2.6.2 Klynger i en globalisert økonom.....	19
2.6.3 Fordeler med å være lokalisert i en klynge .....	20
2.6.4 Regionale innovasjonssystemer (RIS) .....	21
2.7 Kritikk av klyngeteori.....	23
2.8 Tradisjonelle innovasjonsvirkemidler .....	25
2.9 Oppsummering .....	27
<b>3 METODE .....</b>	<b>29</b>
3.1 Definisjon av studien .....	29
3.1.1 Valg av forskningsmetode .....	30
3.2 Om kvalitativ metode .....	32
3.3 Forskningsdesign .....	35
3.4 Forskningsetiske problemstillinger.....	37
<b>4 STUDIEOMRÅDENE, ARENDAL OG GRIMSTAD .....</b>	<b>39</b>

4.1	Strukturering av analysen .....	41
4.2	Arendal .....	42
4.2.1	Tilrettelegging for den kreative klasse i Arendal.....	42
4.2.2	Tilrettelegging for næringsliv i Arendal .....	45
4.2.3	Begrunnelse av planer og aktiviteter i Arendal.....	48
4.2.4	Analyse av planer og aktiviteter i Arendal.....	50
4.3	Grimstad .....	52
4.3.1	Tilrettelegging for den kreative klasse i Grimstad.....	53
4.3.2	Tilrettelegging for næringsliv i Grimstad .....	55
4.3.3	Begrunnelse av planer og aktiviteter i Grimstad.....	59
4.3.4	Analyse av planer og aktiviteter i Grimstad.....	61
4.4	Sammenligning av Arendal og Grimstad .....	64
<b>5</b>	<b>INTERVJUER AV BEDRIFTER OG DEN KREATIVE KLASSE.....</b>	<b>66</b>
5.1	National Oilwell Varco.....	66
5.2	Gard .....	69
5.3	Hovefestivalen .....	71
5.4	Intervjuer med den kreative klasse i Arendal .....	74
5.5	Devoteam Solutions.....	82
5.6	Redrock.....	84
5.7	Intervjuer med den kreative klasse i Grimstad .....	86
5.8	Sammenligning av den kreative klasse i Arendal og Grimstad .....	91
<b>6</b>	<b>KOMMUNENES TILRETTELEGGING OG HVA SOM FAKTISK TILTREKKER OG FRASTØTER DEN KREATIVE KLASSE OG NÆRINGSLIV TIL ARENDAL OG GRIMSTAD .....</b>	<b>94</b>
6.1	Arendal .....	95
6.2	Grimstad .....	97
<b>7</b>	<b>KONKLUSJON.....</b>	<b>100</b>
	REFERANSELISTE .....	104
	Vedlegg 1. Oversikt over informanter.....	107
	Vedlegg 2. Intervjuguider .....	109

## **Tabeller**

Tabell 1 Gruppering av hovedtyper av strategier i distriktpolitikk og lokalt tiltaksarbeid.....	26
Tabell 2 Inspirasjon til næringspolitikken som føres i Arendal og Grimstad .....	64
Tabell 3 Den kreative klasses valg av bosted.....	91



# 1 INNLEDNING

Bypolitikk har i løpet av det siste tiåret vært preget av Richard Floridas teori om den kreative klasse. Floridas bok *The Rise Of The Creative Class* ble en bestselger i USA da den kom ut i 2002. Den nye tilnærmingen til byutvikling som Florida lanserer, har blitt omfavnet av byplanleggere verden over. Selv om Floridas teorier har blitt svært populære er det likevel uenighet om hva som er den beste strategien for å utvikle byer og byregioner. I motsetning til naturvitenskap er menneskelige relasjoner kontekstavhengige, og dermed langt mer komplekse. Steder og byer er forskjellige, og en strategi for utvikling som fungerer i San Francisco, fungerer ikke nødvendigvis i Oslo.

Et spørsmål som opptar mange akademikere og byplanleggere er hva som kommer først, arbeidsplasser eller folk. Svaret på dette spørsmålet avgjør i stor grad hvilke politiske virkemidler man tar i bruk. Florida hevder at det er den kreative klasse som driver dagens økonomi fremover. Det vil si at tilstedeværelse av den kreative klasse vil tiltrekke seg og være med på å skape populære arbeidsplasser og økonomisk utvikling i byregioner. Florida hevder at det er viktig å investere i kultur og uteliv for å skape attraktive miljøer for den kreative klasse. Gjennom oppgaven vil jeg bruke begrepet "people climate" som et overordnet begrep for Floridas teorier og viktigheten av steds kvalitet (Florida 2002).

En konkurrerende teori til Floridas kreative klasse er klyngeteori. Klyngeteori fokuserer på at nærliggende bedrifter som er koblet sammen på ulike måter bidrar til å skape attraktive arbeidsplasser og arbeidsmiljøer som tiltrekker seg mennesker. Hvis man tilhører dette perspektivet legges det vekt på å tilrettelegge for bedrifter, ikke den kreative klasse. Regionale innovasjonssystemer (RIS) fokuserer på det samme som klyngeteori, forskjellen er at RIS inkluderer den institusjonelle delen og hva stat og kommuner kan gjøre for å fremme innovasjon og skape attraktive næringsområder. Dette er et viktig element i dagens byutvikling siden det er et stort fokus på hvordan stat og kommune kan legge til rette for utviklingsprosesser. For teorier som fokuserer på å tilrettelegge for bedrifter og næringsaktivitet, vil jeg gjennom oppgaven bruke begrepet "business climate." Jeg gir en mer detaljert forklaring av både business climate og people climate i kapittel 2.1. Tidligere ble det hevdet at regioner var naturlige organiseringsformer. Jordsmonn, naturlandskap osv. gjorde at en region skilte seg ut fra en annen. I dag ser man på regioner som en praktisk romlig

organiseringsform. En region kan strekke seg over alt fra noen få tettsteder til flere land, alt etter hvilket formål man har. Scott (2003) skriver at regioner er en av de viktigste kildene til økonomisk vekst, og det er nettopp dette RIS fokuserer på.

I artikkelen: *Nordic City Regions in the Creative Class Debate* hevder Andersen et al. (2010a) at Floridas teori om den kreative klasse ikke er særlig relevant for den typen små byregioner som Arendal-Grimstad representerer. Artikkelen er imidlertid basert på få eksempler fra slike byer og få intervjuer i hver by. Derfor er det interessant å gjøre en nærmere studie av denne typen byer, nettopp for å se om arbeidsplasser eller folk kommer først.

### **1.1 Forskningsspørsmål**

Studien av Arendal og Grimstad gjennomføres med utgangspunkt i tre forskningsspørsmål hvorav det første spørsmålet er delt inn i 1a og 1b. Disse spørsmålene omfatter hvordan politikken gjennomføres i Arendal og Grimstad og hva som er begrunnelsen for denne, spesielt hva Floridas teorier betyr som inspirasjon for politikken.

*1a. Hvordan markedsfører og tilrettelegger Arendal og Grimstad for tiltrekning av den kreative klasse og næringsliv?*

*1b. I hvilken grad og hvordan påvirker tanken om den kreative klasse og næringsklynger politikken for næringsutvikling i Arendal og Grimstad?*

For å besvare 1a og 1b har jeg brukt Arendal og Grimstads kommuneplan som utgangspunkt i tillegg til intervjuer med politikk-utformere. Formålet med å bruke teori om den kreative klasse og næringsklynger er å vise at begge disse perspektivene har noe å tilføre byutviklingsdebatten. Man kan skille mellom tre typer innovasjonspolitik i Norge. Den første omhandler nasjonale programmer. Den andre fokuserer på å tilpasse nasjonale virkemidler til ulike regionale klynger og miljøer, mens den tredje typen fokuserer på regioner. Midlene til regionalutvikling skal bidra til å øke verdiskapningen og sysselsettingen gjennom å stimulere til innovasjon, entreprenørskap og næringsutvikling. I tillegg har



kommunen ansvar for å fremme gode lokale og regionale rammebetingelser for næringslivet og befolkningen og bidra til at det utvikles regioner og sentra som er attraktive både for bedrifter og innbyggere (Jakobsen & Onsager 2008).

Mitt andre forskerspørsmål omfatter hva som faktisk tiltrekker og frastøter den kreative klasse og kunnskapsbasert næringsliv.

## *2. Hva tiltrekker og frastøter den kreative klasse og næringsliv til ulike deler av Arendal og Grimstad?*

For å analysere dette spørsmålet har jeg gjennomført intervjuer med utvalgte kunnskapsbaserte bedrifter og personer som følger Floridas definisjon på den kreative klasse. Når det gjelder intervjuene med den kreative klasse valgte jeg ut personer med ulik bakgrunn i håp om at dette ville gi et fyldig og nyansert bilde av denne gruppen i Arendal og Grimstad. Grunnen til at jeg valgte å ikke utføre en surveyundersøkelse var i hovedsak problemer med å identifisere populasjonen, dvs. den kreative klassen.

Det tredje forskningsspørsmålet analyserer i hvilken grad det er samsvar mellom hva Arendal og Grimstad gjør ifølge spørsmål 1a og hva som faktisk tiltrekker den kreative klasse og næringsliv til Arendal og Grimstad.

## *3. I hvilken grad er Arendal og Grimstads aktiviteter for å tiltrekke den kreative klasse og (kunnskapsbasert) næringsliv i tråd med de faktorene som den kreative klassen og næringslivet selv anser som sentrale?*

### **1.2 Oppgavens disposisjon**

Rammeverket for analysen av Arendal og Grimstad er teori om den kreative klasse og næringsklynger. Kapittel 2 er delt inn i to hovedtemaer. Den første delen tar for seg Floridas teori om den kreative klasse og viktigheten av stedskvalitet. Den andre delen tar for seg klyngeteori, først med et historisk blikk på Webers lokaliseringsteori for deretter å gå nærmere inn på dagens klyngeteorier og hvilke fordeler bedrifter kan ha av å delta i en klynge. Videre i kapittelet skriver jeg om regionale innovasjonssystemer og hvordan ulike

aktører deltar i et slikt innovasjonssystem. Kapittelet avsluttes med et avsnitt om tradisjonelle innovasjonsvirkemidler.

I kapittel 3 redegjør jeg for selve forskningsprosessen. Jeg skriver hvorfor jeg har valgt en kvalitativ tilnærming til denne studien og generelle kjennetegn ved en kvalitativ metode. Valg av informanter er også en viktig del av en kvalitativ forskningsprosess. Jeg forklarer derfor hvordan jeg har valgt ut informanter og hvordan forskningsetiske problemstillinger også er aktuelle i mitt tilfelle. Kapittel 4 starter med en kort beskrivelse av studieområdene og næringsstrukturen i de to byene. I tillegg ser jeg på flyttemønsteret og befolkningsveksten til Arendal og Grimstad fra år 2000-2012. Mesteparten av kapitlet er viet analyse av byenes planer og aktiviteter for den kreative klasse og næringsliv. Helt til slutt i kapitlet sammenligner jeg politikken som føres i de to kommunene.

Kapittel 5 er viet intervjuene av bedrifter og den kreative klasse i Arendal og Grimstad. For å gjøre mine funn oversiktlige har jeg laget en tabell som viser om det er business climate eller people climate som er hovedårsaken til at informantene jeg har intervjuet fra den kreative klasse, har flyttet til eller blitt værende i Arendal og Grimstad. I kapittel 6 analyserer jeg Arendal og Grimstads tilrettelegging for den kreative klasse og næringsliv og hva som faktisk tiltrekker og frastøter disse to gruppene.

Kapittel 7 oppsummerer studiens funn. I tillegg diskuterer jeg på hvilke måter mine funn kan gi tilbakemelding til teorien jeg har brukt, og om svarene er knyttet til spesielle forhold i Arendal og Grimstad eller om de kan gjelde mer generelt.

## 2 DEN KREATIVE KLASSE OG NÆRINGSKLYNGER

### 2.1 Business climate versus people climate

Business climate-perspektivet er et slags paraplybegrep for teorier som tar for seg hva som gjør et lokaliseringssted attraktivt for næringsaktivitet, og hva som må til for at bedrifter ønsker å slå seg ned i et område. I et slikt perspektiv fokuserer man derfor på å tiltrekke seg bedrifter som kan skape arbeidsplasser og økonomisk utvikling på stedet (Florida 2002).

People climate-perspektivet derimot fokuserer på å tiltrekke seg de rette menneskene, ikke bedrifter. Den kreative klassen er vant til å få i pose og sekk, og de vil dermed ikke flytte til et sted hvor det finnes bra jobber hvis det ikke finnes gode restauranter og spennende fritidstilbud. Spennende byer vil dermed tiltrekke seg kreative og ressurssterke mennesker som igjen vil tiltrekke seg næringsliv. Florida (2002) hevder derfor at people climate er viktigere enn business climate. Bak begrepet den kreative klasse, ligger tanken om at menneskelig kreativitet er en av de største økonomiske ressursene i dagens samfunn. Evnen til å komme opp med nye ideer og nye måter og gjøre ting på øker produktiviteten og levestandarden. Endringene som foregår i dagens samfunn, bygger på menneskelig intelligens, kunnskap og kreativitet ifølge Florida (2002). Regionale innovasjonssystemer kan sammenlignes med Floridas kreative klasse i og med at begge perspektiver har fokus på hva myndighetene skal gjøre for å skape attraktive byer og regioner. Forskjellen er at førstnevnte fokuserer på å skape et bra business climate, mens sistnevnte fokuserer på å skape et bra people climate.

### 2.2 Den kreative klassen

Den kreative klassen består av personer som lever av å gjøre kreativt arbeid (Florida 2002). Florida kommer med ulike eksempler på hvilke yrker som kan sees på som kreative: vitenskapsmenn, ingeniører, artister, musikere, osv. Likevel, hovedpoenget er at man tilhører den kreative klasse hvis man bruker kreativitet som en nøkkelfaktor i sitt arbeid. Omveltningen fra et jordbrukssamfunn til et industrisamfunn var basert på naturressurser og fysisk arbeidskraft. Fordistisk masseproduksjon dominerte i mange vestlige industriland fra

omkring 1920 til inn på 1970-tallet. Florida (2002) skriver at på 1900-tallet utgjorde de kreative yrkene mindre enn 10 prosent i USA; de fleste jobbene som fantes var enkle og ufaglærte. Ved årtusenskiftet kunne man imidlertid se store endringer. I Amerika utgjorde de kreative yrkene en tredjedel av jobbene, mens i Europa utgjorde de kreative yrkene 25 til 30 prosent av jobbene. I en studie utført av Florida (2002) delte han den amerikanske økonomien inn i tre sektorer: industri, service og den kreative sektoren. Forfatteren så på lønningsnivået til hver av sektorene, og inntektsnivået til den kreative sektoren stod for rundt 50 % prosent av alle lønnsinntekter i USA, nærmere 1.7 billioner dollar. Dette sier noe om omfanget av den kreative klassen i dagens økonomi i USA hvis man følger Floridas definisjon.

### **2.2.1 People Climate**

Ulike faktorer spiller inn når man avgjør hvor man ønsker å bosette seg. En faktor som ofte blir nevnt ifølge Florida (2002), er tilgang på interessante jobber. Det er i hvert fall det de fleste forskere med økonomisk bakgrunn ville svart, men tilgang på jobber gir oss ikke hele svaret. Både økonomiske hensyn og livsstilshensyn spiller inn når man skal velge seg et sted å bo. For personer fra den kreative klasse er det viktig å ha mange jobbmuligheter i området de slår seg ned, fordi man ikke forventer å bli værende i den samme jobben resten av livet. I en undersøkelse utført av Florida (2002) la informantene imidlertid vekt på at ønsket om å kunne ha en bestemt livsstil ofte er viktigere enn arbeid når de velger hvor de ønsker å bo.

Florida (2002) har utviklet en modell med tre T'er som skal bidra til å forklare økonomisk vekst. Den første er teknologi. Teknologi blir målt ut fra innovasjon og konsentrasjon av høyteknologisk industri. Den andre er talent. Talent hos Florida referer ikke nødvendigvis til personer med høyere utdanning, men kreativ kapital som er talent målt funksjonelt, altså antall mennesker som faktisk har kreative yrker. Den tredje er toleranse. Florida legger vekt på at steder skal være åpne og tolerante overfor ulike mennesker og livsstiler, og samtidig være innovative og generere nye ideer. Toleranseindeksen beregnes ved å se på tilstedeværelsen av personer med ulike etnisk bakgrunn og andel av befolkningen født i utlandet. For å ha økonomisk vekst trenger man alle T'ene, kun en av dem holder ikke. Økonomisk vekst er en kompleks prosess, gjennom mesteparten av menneskers historie har velstanden kommet fra naturressurser, men i dag er hovedressursen kreative mennesker, ifølge

Florida. Nøkkelen til suksess er å tiltrekke seg, kultivere og mobilisere denne ressursen. Toleranse og åpenhet er begreper som går igjen i *The Rise of The Creative Class*. Florida og en kollega ved navn Kevin Stolarick har videreutviklet toleranseindeksen for å gjøre det enklere å måle toleranse i et område. Denne indeksen tar for seg fire forhold: The Gay Index (omhandler toleranse og åpenhet for homofile), The Bohemian Index (tar for seg hvordan byer scorer i forhold til uteliv, musikkscener osv), The Melting Pot Index (konsentrasjonen av personer født i et annet land). The Racial Integration Index (i hvilken grad folk med forskjellig etnisitet er spredt rundt forbi i byen). Steder som scorer høyt på toleranseindeksen er steder hvor homofile, immigranter og bohemer føler seg hjemme og hvor grupper med ulik etnisk bakgrunn lever i fredelig sameksistens.

Når det gjelder å gjøre byer mer attraktive, finnes det ingen one size fits all-strategi. Hvert sted har sine unike ressurser som man må prøve å bruke på best mulig måte. Hovedpoenget i denne prosessen er at nøkkelen til utvikling ligger i hver enkelt region i kunnskapen og kreativiteten til de som bor der. En av de største mytene når det gjelder geografiske forhold for næringsutvikling er at det ikke spiller noen rolle lenger (Florida 2002). Flere akademikere hevder at steder har mistet sin betydning. Utvikling innen telekommunikasjon og transport har ført til at bedrifter kan samarbeide og kommunisere med hverandre uavhengig av hvor de er lokalisert (Kelly 1998). Florida (2002) hevder det er feil at steder har mistet sin betydning. Beviset finner man i hvordan noen steder har en utrolig tiltrekningskraft på både mennesker og bedrifter.

Ulike perspektiver dominerer debatten rundt steders betydning for lokalisering av næringsliv. Beskrivelser av slutten på geografi har vært med oss helt fra oppfinnelsen av telegrafien. Prediksjonen gikk ut på at byer ville opphøre og eksistere. I dag viser det seg at geografi kanskje er viktigere enn noen gang (Dicken 2010). Noen av de raskest voksende og mest innovative næringene er konsentrert på relativt små geografisk områder. Høytteknologiindustriene som driver mye av økonomien er konsentrert på steder som Austin i Texas, Silicon Valley i California, New York City og Hollywood slik som bilindustrien engang var konsentrert i Detroit. Personer som har forsket på urban og regional vekst fra Robert Park og Jane Jacobs til Wilbur Thompson har ifølge Florida (2002) fokusert på viktigheten av sted for kreativitet. Steder har blitt til den sentrale organiseringsenheten for bedrifter i vår tid. Jane Jacobs skrev i sin tid at suksessfulle steder er multidimensjonale og

mangfoldige. De imøtekommer interessene til ulike industrier og ulike demografiske grupper (Jacobs 1961).

Natteliv er et viktig element for å være et attraktivt sted for den kreative klasse. Det viktigste ifølge Florida (2002) er å ha interessante musikkscener, kunstgallerier og teatre. Generelt stiller kreative mennesker høye krav til stedet de bor. Tidligere var det greit å bo på et mindre interessant sted, for i helgene kunne man dra på ferie til mer interessante steder. Selve ideen bak dette er at man tjener penger et sted mens man drar et annet sted for å ha det gøy og feriere. Generelt er det stor variasjon i folks preferanser i forhold til bosted. Florida hevder at også den kreative klasse har ulike preferanser og forskjellige meninger om hva som gjør et sted interessant. Unge kreative uten barn vil som oftest ha andre stedspreferanser enn de som har barn. Lloyd & Clark (2001) skriver at de rike og de med høy utdanning i den postindustrielle byen stiller store krav til underholdning og at de oppfører seg som turister i sin egen by. Floridas (2002) fokusgruppe og intervjudeltakere ga uttrykk for at en av de viktigste faktorene i deres valg av bosted var mangfold. Den kreative klassen ser aktivt etter plasser hvor det finnes mangfold og "open minded people." Dette inkluderer ulike etniske grupper og raser, mennesker i alle aldre, homofile og alternative uttrykksformer som piercing og tatoveringer. En ung medisinstudent av persisk opprinnelse oppsummerte de ulike kriteriene for mangfold slik:

*I was driving across the country with my sister and some friends. We were commenting on what makes a place the kind of place we want to go, or the kind of place we would live. And we tried to list [the factors] We said: It has to be open. It has to be diverse. It has to have a visible gay community; it has to have lots of different races and ethnic groups. It has to have people of all ages and be open to young people. It has to have people who look different (Florida 2002: 227).*

Akkurat som en mangfoldig arbeidsplass, er et mangfoldig samfunn et tegn på et sted som er åpent for nye mennesker og nye inntrykk. Florida (2002) skriver at kreative mennesker liker en miks av forskjellige ting, De ønsker å høre forskjellige typer musikk og prøve ulike typer mat. De ønsker å møte og sosialisere seg med mennesker som er forskjellige fra dem selv. En attraktiv plass trenger ikke nødvendigvis være en storby, men den må være kosmopolitisk, altså en miks av kulturer hvor nye mennesker aksepteres og blir tatt vel imot.

Færre mennesker enn tidligere finner i dag en livslang identitet hos organisasjonen de jobber for. Florida som selv er mye ute og reiser, skriver at måten man starter samtaler er annerledes i dag enn det var for ti år siden. I stedet for å spørre hvem man jobber for stiller man heller spørsmålet hvor den andre personen bor.

Florida (2002) hevder at de kreative sentrene har en tendens til å være de økonomiske vinnerne i vår tid. De har høy konsentrasjon av den kreative klasse og gode økonomiske resultater i form av innovasjon og høyteknologisk industri. De kreative sentrene har ikke behov for tilgang til naturressurser og transportruter, det er heller ikke slik at lokalpolitikkerne har iverksatt spesielle økonomiske incentiver for å få bedrifter til å slå seg ned i området. En av hovedårsakene til disse områdenes suksess er at kreative mennesker ønsker å bo der. Tradisjonelle årsaker er ikke grunnen til at kreative mennesker flytter til disse stedene, ifølge Florida. Mange byer spiller på fysiske kvaliteter ved steder som for eksempel sportsarenaer, motorveier, kjøpesentre og fornøylesparker. Disse tingene er irrelevante for mange av de som tilhører den kreative klassen, det kan til og med være uattraktivt.

Ifølge Florida (2002) er den kreative klasse ute etter fasiliteter med høy kvalitet, genuine opplevelser og toleranse for ulikhet, altså det Florida kaller *people climate*. Som nevnt er et av de store spørsmålene i næringspolitikken hva som kommer først av arbeidsplasser og folk. Innenfor klyngeperspektivet argumenteres det for at arbeidskraften kommer dit de spennende arbeidsplassene finnes (Isaksen 2010). Florida mener dette er feil og viser til en undersøkelse utført i 2002 blant 4000 studenter som nettopp hadde fullført sin utdanning. Det ble rapportert av *The Wall Street Journal* at tre fjerdedeler mente at stedskvalitetene var viktigere enn tilgjengelige jobber når man skulle velge hvor man ville slå seg ned (Florida 2002). Tradisjonelle modeller som legger vekt på at økonomisk vekst kommer fra bedrifter, tilgjengelige jobber og teknologi, er ifølge Florida ufullstendige. Hvis Florida har rett betyr det at mange byer må endre fokus fra å tiltrekke seg bedrifter til å tiltrekke seg de rette menneskene.

Florida (2002) skriver at byer med høy konsentrasjon av homofile og bohemer har en tendens til å ha mye innovasjon og høy økonomisk vekst. Det er ikke homofile og bohemer i seg selv som er årsaken til veksten, men deres tilstedeværelse er en indikator på en underliggende kultur som er åpen og mangfoldig. Derfor holder det ikke at en by kun appellerer til familier; dette er en dårlig utviklingsstrategi ifølge Florida (2002). Vinnerne i

storbyracet i USA er San Francisco, etterfulgt av Austin, Boston og San Diego (Peck 2005). Florida (2002) trekker frem San Francisco som et eksempel på en by med et vibrerende people climate. Som nærmeste nabo til San Francisco har man University of California Berkeley, Stanford University og Silicon Valley, hvor noen av verdens viktigste teknologibedrifter holder til. Mange urbane single, og homofile pendler fra San Francisco til Silicon Valley, mens mange familier bor i områder nordøst for San Francisco.

### **2.2.2 Stedskvalitet**

Et begrep som går igjen hos Florida er quality of place, altså stedskvalitet. Stedskvalitet innehar tre dimensjoner ifølge Florida (2002):

- a) Hva finnes der:* Kombinasjon av bygningsmiljøet og naturmiljøet.
- b) Hvem er der:* Mangfold av ulike mennesker
- c) Hva skjer eller hva foregår:* Pulserende gateliv, kafekultur, kunst, musikk og ulike aktiviteter.

Stedskvalitet kommer ikke automatisk, det er en pågående dynamisk prosess som involverer flere ulike aspekter av samfunnet. En by med kjederestauranter og kjedebutikker gir ikke en autentisk opplevelse. Slike steder kan være hvor som helst og mangler dermed et lokalt preg. Steder er en viktig del av menneskers identitet. Jo mer av bestemte stedskvaliteter, desto større tiltrekningskraft vil byen ha på den kreative klasse, noe som vil medføre tiltrekning av innovative virksomheter som igjen vil resultere i økonomisk utvikling (Sørensen et al. 2007). Lloyd (2006) beskriver en slik prosess i Wicker Park-nabolaget i Chicago. Denne bydelen var for det meste bebodd av Mexicanere og Puerto Ricanere. Wicker Park var også plaget av høy kriminalitet og falleferdige bygninger. På 1990- tallet skjedde det store endringer. Det ble arrangert en festival kalt "Around the Coyote" som ga rom for lokale artister som bodde og arbeidet i nabolaget. Konsentrasjonen av unge artister, butikker, musikkscener, kafeer og kunstgallerier endret imaget av bydelen fra et falleferdig nabolag til et område med yrende liv og kreative mennesker (Lloyd 2006). De fleste mennesker ønsker ikke enten eller, suksessfulle steder har det til felles at de tilbyr en rekke ulike aktiviteter for enhver smak



(Florida 2002). Problemet med steds kvalitet-begrepet er at det kan være vanskelig å planlegge og måle, samt at steds kvalitet vil ha til dels svært ulikt innhold for ulike personer. De fleste attraktive byer og steder har ofte spesielle karakteristikk som man kan kalle autensitet. Paris, New York og Los Angeles er eksempler på dette. Autensitet er vanskelig å definere; noen har det andre har det ikke. Men det betyr ikke nødvendigvis at man skal ignorere det. Faktum er at store deler av dagens symbolske økonomi er basert på ukvantifiserbare følelser. Bare tenk på prisen på designerklær og designermøbler. Disse fenomenene ville vært uforståelige uten deres symbolske verdi (Trip 2007).

### **2.3 Kritikk av Floridas teorier**

Selv om Floridas ideer i *The Rise of the Creative Class* har blitt svært populære, har de også blitt gjenstand for kritikk fra flere hold. Fra den politiske venstresiden kritiseres Florida for sin neglisjering av interurban ulikhet og fattigdom. Fra Høyresiden har det kommet kritikk mot Florida fordi han angivelig går til angrep på forretningsinteresser og familieverdier. Underbetalte arbeidstakere er en av de negative sidene ved den kreative klasses trang for designerkaffe 24/7 mange steder. Disse problematiske sidene ved markedsføringen av den kreative klassen er så godt som fraværene i Floridas bok (Peck 2005).

Trip (2007) deler kritikken av Florida (2002) inn i tre kategorier. For det første kritiseres Florida for at ideene hans ikke er så nye som de ser ut til. Det er i hovedsak Glaeser (2005) som kommer med denne kritikken. Likevel er Glaeser positiv til en del av det Florida skriver. Glaeser (2005) skriver at fokuset på kreativitet og bohémilivsstil ikke nødvendigvis er ny, men Florida (2002) kan krediteres for å kombinere dem. For det andre blir Florida kritisert for å bruke svake og til dels feilaktige analyser. Den kreative klasse kan ikke alene stå for en bys økonomiske utvikling (Glaeser 2005, Malanga 2004). For det tredje greier ikke Florida å vise hvordan ideene hans fungerer i praksis (Trip 2007). Thiel (2004) skriver at *The Rise of the Creative Class* inneholder mye materiale for å illustrere og videreutvikle nøkkeliene til Florida (2002). Lite blir imidlertid sagt om hvordan bedrifter som baserer seg på kreative mennesker, fungerer i praksis. Likevel er en av styrkene i Floridas tilnærming bredden og rekkevidden av ideene hans (Trip 2007). Når det kommer til Glaesers (2005) kritikk av Florida, er han som nevnt enig i en del av det Florida skriver, men han sår tvil når det kommer

til Floridas oppskrift for byplanlegging. Han mener at kreative mennesker for det meste har de samme preferansene. Glaeser (2005:2) skriver:

*I've studied a lot of creative people. Most of them like what most well-off people like – big suburban lots with easy commutes by automobile and safe streets and good schools and low taxes.*

Glaeser (2005) hevder dermed at mangfold, homofile og hippe utesteder nødvendigvis ikke er like viktig som Florida vil ha det til når det kommer til næringsutvikling i byer. Plano i Texas var den mest suksessfulle byen i USA på 1990- tallet (målt i forhold til befolkningsvekst), og byen er ikke akkurat en bohems paradys. Ifølge Glaeser (2005) argumenterer Florida for at det er en forskjell på hans kreative kapital og det mer dominerende urbane synet på at menneskelig kapital generer vekst. Glaeser skriver videre at han alltid har argumentert for at kreative byer vokser fortere pga. tilstedeværelsen av ressurssterke mennesker som hele tiden kommer opp med nye ideer. Men hvis Florida ønsker å argumentere for at det finnes en effekt av bohemer og kreative mennesker som overgår effekten av menneskelig kapital, vil det sannsynligvis kunne sees i datamaterialet. For å teste dette gjorde Glaeser regresjoner på Floridas tallmateriale. Hos Florida er det spesielt bohemer og homofile som trekkes fram når det snakkes om å gjøre byer mer livlige og tolerante.

I Glaeser's regresjon på homofiliindeksen viser det seg at tilstedeværelsen av homofile har negativ innflytelse på vekst. Glaeser (2005) ønsker ikke å tolke disse resultatene dit hen at homofile har en negativ innvirkning på vekst, men at det finnes bedre strategier for politikere enn å tiltrekke seg homofile hvis fokuset er på å fremme økonomisk vekst. Likevel finnes det mange grunner til å være tolerant. Når det gjelder bohemindeksen representerer den tilstedeværelsen av artister, musikere, kunstnere osv. Korrelasjonen mellom bohemindeksen og vekst er nesten den samme som korrelasjonen mellom vekst og antall med universitetsutdannelse. Ser man nærmere på dataene, ser man at bohemeffekten i hovedsak drives av to metropoler: Las Vegas i Nevada og Sarasota i Florida. Glaeser (2005) viser dermed at når man bruker Floridas datamateriale og tar med antall skoleår i regresjonene, blir den positive innflytelsen fra den superkreative kjernen eliminert og ikke statistisk signifikant. Derfor er politikere og byplanleggere bedre tjent med å fokusere på sikre bo-områder og gode

skoler enn å lage en rask løsning som involverer at man skaper et kreativt og funky bohem-sentrum (Glaeser 2005).

Malanga (2004) på sin side kritiserer Florida for at ideene hans ikke stemmer overens med virkeligheten. Selv om Floridas bok er full av tabeller og statistikk, viser ingen av disse dataene at kreative byer har en positiv økonomisk utvikling over tid. Et raskt blikk på noen av Floridas økonomiske indikatorer viser at mange av byene som trekkes frem som positive eksempler, faktisk har en negativ utvikling.

Ifølge Markussen (2005) ble boken til Florida gjenstand for kritikk fra mange akademikere de første årene etter publikasjonen, noe av grunnen til dette var den svake analysen i boken. Markussen (2005) hevder at den kreative klasse er et uklart begrep og at det er problematisk å hevde at det eksisterer en felles klasseinteresse. Boken ble imidlertid populær fordi den var pakket inn på en slik måte at den var lett å forstå. Datamaterialet Florida bruker er basert på oppnådd utdanning og ikke hva slags yrke man faktisk har. Markussen (2005) hevder dermed at Florida blander høy utdanning med kreativitet. Florida bruker ulike yrkesgrupper som eksempler når han skriver om den kreative klasse. Problemet er at disse gruppene i utgangspunktet er heterogene, og Florida tar ikke for seg mangfoldet i disse gruppene. Yrkene Florida nevner kan for all del være kreative, men også piloter, snekkere og skreddere er kreative. Florida ser derimot ikke på disse yrkene som kreative, ifølge Markussen. Markussen hevder også at Florida bruker selektive intervjuer og anekdoter for å fremme sitt syn.

Menneskelig kreativitet har ikke nødvendigvis noe å gjøre med utdanning. Kriminelle som ikke har noen formell utdanning, kan komme opp med brillante ransplaner. Maskinreparatører finner opp nye og smarte måter å fikse og forbedre maskiner. Jobber som krever høyere utdanning kan ofte være lite varierte. Noen eksempler er regnskapsjobber og teknisk arbeid i juss og vitenskap (Markussen 2005). Det er ofte at studier ikke finner noen sammenheng mellom utdanningsnivå og oppfinnsomhet eller kreativitet. Et eksempel er studier av dataprogramvareindustrien på slutten av 1970- tallet og begynnelsen av 1980-tallet. I disse studiene var det ikke mulig å påvise noen sammenheng mellom utdanningsnivå og kreativitet (Hall et al. 1983).

## **2.4 Business climate**

Business climate-perspektivet preger mye av innovasjonspolitikken i Norge, som legger vekt på at det er viktig å skape økonomisk sterke regioner som kan tiltrekke seg arbeidskraft. Målet for regional næringspolitikk er å skape nye arbeidsplasser og gi incentiver for bedrifter som trenger starthjelp eller hjelp til videreutvikling. Når det gjelder den kreative klasse i en nordisk kontekst skriver Andersen et al. (2010a) at Floridas studier i hovedsak har fokusert på byer som har mer enn 100.000 innbyggere. Man kan dermed spørre seg hvor aktuell Floridas teori er i en norsk kontekst. Studien til Andersen et al. (2010b) konkluderer med at mulighetene for å finne eller skape seg en spennende arbeidsplass er mer sentrale når det gjelder å forklare lokaliseringen av den kreative klassen i Norden enn people climate. Isaksen (2010) skriver at Florida tilfører nye momenter til diskusjonen om virkemidler i nærings- og innovasjonspolitikken, men nordiske studier tyder på at man skal være varsom med å anvende Floridas teorier i mindre regioner.

## **2.5 Webers lokaliseringsteori**

Lokalisering av industri er et av de mest diskuterte spørsmålene i regionaløkonomi og økonomisk geografi (Weber 1971). Ifølge Weber forstår man en lokaliseringsfaktor som en avgrenset fordel for en økonomisk aktivitet når denne drives på et bestemt sted eller på steder av en bestemt type. Webers teori for lokalisering av industri består av tre hovedfaktorer: Den første relaterer seg til avstandsfriksjon, både for inntak av råvarer og forsendelse av ferdigprodukter. Den andre gjelder forskjeller i arbeidskostnader. En tredje tar for seg fordeler ved samlokalisering. Webers utgangspunkt for lokalisering er, som mange av de andre tyske modellene, normativ. Han beskriver en ideell virkelighet ved at han bygger på homogenitet og fri konkurranse. Det forutsettes også at aktørene er fullstendig rasjonelle (Sjøholt 2006).

Ifølge Weber er den beste lokaliseringen der kostnadene kan minimeres. Webers teori er ekstremt kostnadsorientert, og det grunnleggende er transportkostnadene. Kostnadene beregnes indirekte, som funksjon av vekt og avstand, og vil variere mellom industrier etter råvarenes art og lokalisering. Weber regner frambringelse av råvarer som en del av transportfaktoren. Man vil derfor få forskjellige tilfeller av lokalisering alt etter hvilken type industri det dreier seg om. Weber tar i sin teori for seg begrepet "economy of scale" og

"economy of scope" som omhandler stordriftsfordeler og fordeler ved mangesidighet. Ifølge Weber er det tre hovedgrupper av fordeler: det tekniske, arbeidsorganisasjon og fordeler av fellesanlegg, det man i dag vil betegne infrastruktur. Sistnevnte er i stor grad synonymt med hva moderne regionaløkonomer og geografer betegner som urban og lokaliseringsøkonomiske fordeler. Den førstnevnte tar for seg tilgang på et stort utvalg av servicetjenester, leverandører o.l. som er relevant for bedrifter i mange næringer. Den andre referer til fordeler som oppstår for en bestemt næring som konsentreres til et bestemt geografisk område.

Agglomerasjonsfordeler er i bunn og grunn uttrykk for lavere transaksjonskostnader. Sjøholt (2006) skriver at industrier med råvareavhengighet har blitt undersøkt for å finne sammenheng mellom lokalisering og råvarekildene. De fleste bedrifter lå på steder hvor transportkostnader av materialer og ferdigprodukter var minimale. Sjøholt (2006) skriver videre at en typisk skogsforedlende industri med vekttap av råvarer som tresliperier, er sterkt knyttet til sine råvarekilder. Men selv om transportkostnader for råvarer fortsatt teller mye for lokalisering av stålverk, nå i stadig større grad knyttet til havneområder, har de tapt mye av sin forklaringskraft. Andre økonomiske forhold har fått større betydning. Særlig har stordriftsfordeler blitt viktigere i flere ulike industrier. Samtidig har kostnadene for produkthåndtering og markedsføring blitt relativt større.

Agglomerasjon er en viktig faktor i dagens økonomi. Særlig i industrier som er avhengige av betydelige underleveranser, og som ellers har et stort behov for et bredt industri- og servicemiljø (Sjøholt 2006). Webers teori har blitt kritisert for å betrakte lokaliseringen som avledet utelukkende av enkeltpersoners og enkeltfirmaers beslutning, mens de i realiteten er en del av en strukturelt betinget større virkelighet. En del av denne virkeligheten innebærer organisasjonsmessige endringer som følge av ny teknologi, ikke minst pga. utvikling innenfor IKT. Dette har ført til en viss vertikal desintegrasjon og overgang til mer fleksibel produksjon. Selv om det har foregått endringer på mange forskjellige plan de siste årene, er den viktigste faktoren i lokalisering fremdeles bedrifters maksimering av økonomisk avkastning (Sjøholt 2006). Amin et al. (1994) skriver at finansielle incentiver utgjør en viktig faktor når det gjelder lokalisering av internasjonale investeringer. Andre faktorer på det nasjonale nivået inkluderer kvaliteten på infrastrukturen, utdanningskostnader, opplæring av arbeidere, og den makroøkonomiske politikken til regjeringen.

## 2.6 Klyngeteori: Et historisk blikk

Weber foregrep viktige sider ved klyngeteorien med sin tredje lokaliseringsfaktor om fordeler ved samlokalisering. Denne delen av Webers teori har blitt videreutviklet av andre og er under stadig revisjon. Innenfor klyngeperspektivet eksisterer det et multiparadigme og ulike forskere har litt ulike versjoner av næringsklynger. I dag er det viktigere enn noen gang å fokusere på innovasjon. En av grunnene til dette er globalisering og stadig økende konkurranse fra andre land. For bedrifters konkurranse- og innovasjonsevne kan det dermed være en avgjørende faktor å tilhøre en velfungerende næringsklynge. Ifølge Bathelt (2001) kan klynger stimulere regional næringsutvikling. Både i Norge og internasjonalt regnes klyngedannelser som viktige byggesteiner i en innovativ og produktiv økonomi.<sup>1</sup> Porter definerer en klynge slik: *“Clusters are geographic concentrations of interconnected companies and institutions in a particular field”* (Porter 1998:78). Selv om denne definisjonen er veldig generell, tar den tak i de essensielle elementene til en klynge (Menzel & Fornah 2010).

På slutten av 1800- tallet skrev Marshall om industrielle distrikter i England (Martin & Sunley 2003). For Marshall ble veksten i næringslivet forsterket av økt spesialisering og en mer effektiv organisering gjennom nettverk av mindre virksomheter. Marshall var særlig opptatt av eksterne stordriftsfordeler i motsetning til interne (Keeble & Wilkinson 2010). Tallman et al. (2004) skriver at Marshalls teori er basert på tre nøkkelementer i forhold til geografisk nærhet: klynge av underleverandører, tilgang til relevant arbeidskraft og rask og uformell kommunikasjon mellom bedriftene, arbeiderne og i distriktet som helhet.

Marshalls teori kan sees på som en slags forløper til dagens klyngeteori, og den har mange likhetstrekk med Webers teorier. Mesteparten av studiene som ble gjort på 1900-tallet var ideografiske studier, og årsakene til hvorfor bedrifter dannet klynger ble kun antatt eller implisert (Maskell 2001). Det var nesten som at fordelene som ble assosiert med klynger, ble sett på som en selvfølge og trengte dermed ingen nærmere forklaring. De konsentrerende kreftene ble ofte identifisert som kostnadsbesparelser når det gjaldt transport. I tillegg spilte faktorer som infrastruktur, tilgang på kvalifisert arbeidskraft og utdanningsinstitusjoner inn på lokaliseringen. På 1980- og 1990-tallet ble det utført en rekke studier på steder hvor man hadde en opphopning av bedrifter. Forklaringene på hvorfor bedrifter samlokaliserer seg ble

---

<sup>1</sup> [http://ekstranett.innovasjon Norge.no/templates/Page\\_Meta\\_\\_\\_\\_56334.aspx](http://ekstranett.innovasjon Norge.no/templates/Page_Meta____56334.aspx)

endret. Hovedfokuset skiftet til forklaringer som tar for seg transaksjonskostnader (Maskell 2001). Nyere klyngestudier fokuserer på hvordan lokal aktivitet øker den økonomiske veksten når bedriftene kan ha fordel av den lett tilgjengelige informasjonen som finnes i klyngen, og kanskje viktigst, hvordan det blir enklere å gjennomføre transaksjoner med lokale bedrifter. Samlokaliserte bedrifter vil slik ha store fordeler av et klima som innebærer samarbeid og tillit. Dermed eksisterer en klynge fordi samlokalisering kutter kostnader når det gjelder å få tilgang til og utveksle produkter, service og kunnskap mellom bedrifter (Maskell 2001). Klynger har en ytre grense. Bedrifter som hører til klyngen, har teknologisk nærhet eller de arbeider langs samme verdikjede som representerer basisen for ulike bytteprosesser og synergier. Bedrifter som ikke faller inn i disse kategoriene, hører ikke til i klyngen selv om de er lokalisert i samme område (Menzel & Fornah 2010).

### **2.6.1 Taus kunnskap, buzz, pipelines og untraded interdependencies**

Innenfor klyngeteori og en rekke andre teorier kan man skille mellom kodifisert og taus kunnskap. Kodifisert kunnskap er kunnskap som enkelt kan videreformidles til andre gjennom epost, dokumenter osv. Taus kunnskap er kunnskap som er vanskelig å formidle fordi den er knyttet til enkeltpersoner eller miljøet i en bedrift. Taus kunnskap er et av konkurransefortrinnene til velfungerende klynger (Dicken 2010). For å beholde den tause kunnskapen som et konkurransefortrinn må den bli fornyet på måter som ikke fører til en vid geografisk spredning. Dette krever tillit mellom aktørene, noe som mest sannsynlig vil utvikles lettest gjennom personlig kontakt over korte avstander i en region. Den samlede kunnskapsbasen muliggjør rekombinasjon av like og ulike ressurser til å produsere ny kunnskap og nye innovasjoner. Dette stimulerer økonomisk spesialisering innad i klyngen og resulterer i utvikling av lokal ekspertise (Bathelt et al. 2004).

Begrepet "Local buzz" retter oppmerksomhet mot spredning av kunnskap mellom aktører i en klynge (Isaksen 2008). Det vil si at det kan være mye inspirasjon og informasjon å hente for observante aktører i klyngen. En velfungerende klynge kan dermed bidra til å styrke bedrifters konkurranseevne og føre til et innovativt næringsmiljø. Local buzz blir karakterisert som bred og relativt ustrukturert, og det skjer automatisk. "Globale Pipelines" fungerer derimot på en helt annen måte. Når man har funnet en potensiell partner utenfor

klyngen må man bestemme seg for hvor mye informasjon som bør gis til denne partneren, og i hvilken grad aktiviteten til denne bedriften bør kontrolleres eller overvåkes. Kvaliteten på interaksjonen avhenger av tilliten som eksisterer mellom bedriftene. Etableringen av globale pipelines med nye partnere krever at man bevisst bygger tillit på en systematisk måte. Dette krever tid og involverer kostnader.

Man kan argumentere for at kunnskap som kommer gjennom pipelines, ikke er avhengig av local buzz. På en annen side viser casestudier fra filmindustrien i Los Angeles og høyteknologi-industrien i Silicon Valley at disse to er gjensidig forsterkende. Dess flere bedrifter i en klynge som deltar i oppbygningen av pipelines, dess mer informasjon og nyheter om markeder og teknologi pumpes inn i interne nettverk. På grunn av sitt potensiale til å styrke den interne interaksjonen fører globale pipelines til at klynger blir mer samkjørte (Bathelt et al. 2004). Når det gjelder disse prosessene er det viktig at bedriftene ikke har en helt lik kunnskapsbase da dette kan føre til en negativ "lock in." Samtidig må det heller ikke være for stor kognitiv avstand mellom bedriftene fordi dette kan blokkere for positiv lock in (Isaksen 2008). Lock in omhandler hvordan utviklingen i et næringsmiljø kan bli låst fast til en bestemt teknologi eller en bestemt måte å gjøre ting på. Denne prosessen kan virke positivt i noen tilfeller fordi man har funnet den beste og mest effektive måten å gjøre ting på, men etter en periode kan en positiv lock in bli til en negativ lock in fordi bedrifter og miljøer ikke greier å tilpasse seg ny teknologi og mer effektive måter å gjøre ting på (Boschma og Lambooy 1999).

Floridas teori om den kreative klasse fokuserer ikke spesifikt på elementene som nevnes i klyngeteori. Floridas teori kan i noen tilfeller betegnes som en mer lettest og enkel teori i forhold til klyngeteori. Dette er muligens en av grunnene til at Floridas teorier har blitt svært populære. Et viktig element ved teorien om den kreative klassen er imidlertid at den i liten grad bidrar til utvikling og spredning av taus kunnskap siden dette er noe som krever læring på samme arbeidsplass over lengre tid. Tiltrekning av den kreative klassen kan derimot bidra til utvikling av globale pipelines.

Den kreative klassen er i liten grad stedbunden og flytter dit det finnes attraktive bymiljøer. Man vil dermed ha kontakter i en rekke land og byer som kan bidra positivt i forhold til globale pipelines. "Untraded interdependencies" omhandler relasjoner mellom aktører som ikke styres av markedsmekanismer. Disse relasjonene er basert på sosiale



nettverk, dialog og læring, gjensidig bytte og tillit. For mange bedrifter kan untraded interdependencies spille en viktig rolle fordi man inngår i en dialog med konkurrentene sine og bygger allianser med ulike aktører for å oppnå viktige målsetninger. På denne måten kan man kontrollere risiko og koble ulike ressurser. Slike relasjoner synes å være viktige elementer i utvikling av ny kunnskap og i strategiske handlinger for å oppnå kontroll over foretakenes omgivelser. Den store kompleksiteten og usikkerheten i denne formen for informasjonsutveksling og kunnskapsproduksjon krever fysisk nærhet. Kunnskapens tause karakter gjør at det er behov for personlig dialog mellom de ulike aktørene. Denne formen for relasjonsbygging er avhengig av risikosenkende sosiale mekanismer som reduserer muligheten for opportunistisk atferd. Sosiale normer, rutiner og konvensjoner institusjonalisert i spesifikke lokale samfunn kan være med på å gjøre denne formen for dialog enklere (Vatne 2005).

### **2.6.2 Klynger i en globalisert økonomi**

Det har vokst frem en økende interesse for fenomener som regionale næringsklynger og regionale innovasjonssystemer. Dette skjer til tross for at næringslivet blir mer globalt i den forstand at bedrifter i større grad deltar i globale verdikjeder og kunnskapsnettverk. Michael Porter, som er en av de mest kjente personene innenfor klyngeperspektivet skriver:

*Paradoxically, the enduring competitive advantages in a global economy lie increasingly in local things – knowledge, relationships, and motivation that distant rivals cannot match (Porter 1998:77).*

Høyt teknologisk industri (som er sentral i Floridas teknologi-indikator) er en del av en større gruppe av næringer som betegnes som kunnskapsintensive og det legges stor vekt på forskning og utvikling. Disse næringene spiller en viktig rolle for regional næringsutvikling ifølge mange forskere og politikere, og en forholdsvis stor del av arbeidsstyrken i disse sektorene har høyere utdanning. Betydningsfulle mekanismer i en klynge er de lokalt forankrede læringsprosessene og opparbeiding av unik kunnskap. Mye av dagens kunnskap kan skaffes til veie så å si over alt ved hjelp av epost, dokumenter, møter osv. Likevel, en stor

del av den kunnskapsintensive industrien baserer seg på taus kunnskap som er vanskelig å kopiere (Isaksen & Asheim 2008). Dette gjør at denne delen av næringslivet er mer stedbunden og mindre utsatt for flytting til lavkostland enn andre industrier. Lokalt forankrede læreprosesser og opparbeiding av unik kunnskap framstår som viktige mekanismer for å vedlikeholde konkurransestyrken hos bedrifter i land med et høyt kostnadsnivå. Det at Porter (1998) argumenterer for betydningen av det regionale nivået, viser hvordan det er en økende oppmerksomhet rettet mot kunnskap, læring og innovasjon som delvis regionalt forankrede prosesser.

### **2.6.3 Fordeler med å være lokalisert i en klynge**

Klynger representerer en ny måte å tenke på i forhold til det nasjonale og det lokale næringslivet. I bedrifter er det ofte slik at tenkning i forhold til konkurranse og strategi ofte er dominert av hva som foregår innenfor bedriften. Klyngeteori foreslår derimot at en del konkurransefortrinn ligger utenfor bedriftsenheten. Dette er et viktig element som ofte blir neglisjert av ledelsen i bedrifter. En klynge representerer en ny enhet i konkurransefortrinn analyse sammen med bedrifter og næring. Klyngeteori foreslår at bedrifter har en viktig rolle i næringslivet hvor det er lokalisert. Det er essensielt at klyngen er velfungerende i forhold til næringslivet som er lokalisert i området, hvis ikke kan dette føre til problemer hos den enkelte bedrift. Mange bedrifter kan ha fordeler av å ha lokale konkurrenter (Porter 2000).

Porter (2000) skriver videre at man i klynger ofte har enklere tilgang til komponenter, maskiner, forretningsmessige tjenester og personell. Klynger kan være en effektiv organisasjonsform spesielt for små og mellomstore bedrifter. Forutsetningen er at man har konkurransedyktige leverandører tilgjengelig. Krefter i klyngen oppfordrer til fremvekst av lokale leverandører og oppgraderingsmekanismene. Det er en mulighet for at bedriftene i klyngen kan være med på å presse opp prisene på de knappe ressursene. Likevel fører som oftest etterspørselen etter ulike produkter innad i klyngen til at tilbudet øker. Det er ofte bedre tilgang på kvalifisert arbeidskraft, service og komponenter i en klynge enn andre steder på tross av økt konkurranse. Klynger er ofte dynamiske, voksende og etterspør arbeidskraft. Dette er typisk for situasjoner hvor arbeidsplasser kommer før arbeidskraft. Både Florida og de ulike klyngeteoriene argumenterer for viktigheten av steder som Silicon Valley.

Uenigheten dreier seg om det er business climate eller people climate som skaper slike steder. Tilgangen på informasjon i klynger er ofte veldig bra. Hvis det er enkelt å få tak i denne informasjonen, fører dette til økt produktivitet for bedriftene. Nærhet og teknologisk samarbeid kan bidra til gode relasjoner mellom bedriftene i klyngen og fostre tillit som igjen fører til bedre flyt av informasjon innad i klyngen.

I turisme er det ikke bare de ulike attraksjonene, som for eksempel historiske bygninger, strender osv. som bestemmer stedets popularitet, men også kvaliteten på hoteller, restauranter, transport og flyplassfasiliteter. Noe av de samme er tilfelle i næringsklynger, dette fører til en gjensidig avhengighet. Samlokalisering av bedrifter i en klynge gjør det lettere å oppnå produkt-service-koordinasjon, og det skaper et internt press for å forbedre de ulike delene av klyngen som igjen kan forbedre effektiviteten (Porter 2000).

#### **2.6.4 Regionale innovasjonssystemer (RIS)**

Regionale innovasjonssystemer er et relativt nytt begrep som ble lansert på begynnelsen av 1990-tallet (Asheim & Coenen 2006). Hovedpoenget til dette perspektivet er at man inkluderer den institusjonelle delen i innovasjonsprosessen. En klynge er som nevnt tidligere en geografisk sammenklumping av bedrifter som er koblet sammen på ulike måter, mens et regionalt innovasjonssystem i tillegg til bedrifter omfatter flyt av kunnskap på ulike måter til og fra universiteter og andre kunnskapsorganisasjoner (Isaksen 2010). Bedrifter og institusjoner er dermed basisenhetene til et regionalt innovasjonssystem.

Arbo (2005) skriver at tilrettelegging for innovasjon krever en bred innsats på regionalt nivå. Sterke regioner presenteres som veien til er mer blomstrende næringsliv. Innovasjon og region er på denne måten blitt nært assosierte begreper, og begge har fått et positivt fortegn. Mange høyteknologiske klynger er lokalisert nærme universiteter og utdanningsinstitusjoner for å ha tilgang til kvalifisert arbeidskraft (Porter 2000). En av de mest kjente høyteknologiske klyngene er Silicon Valley i California. Bedriftene i dette området kan nyte godt av nyutdannede fra både Stanford University og University of California, Berkeley, som ligger en kort kjøretur unna. Det er imidlertid viktig å understreke at ikke alle er enige når det gjelder koblingen mellom bedrifter og kunnskapsorganisasjoner. Noen mener at klynger bør defineres til å omfatte hovedsakelig bedrifter. Begrepet RIS

bygger på tanken om at det kan skapes konkurransefordeler for en næring i en region gjennom et aktivt samarbeid mellom offentlige og private aktører. Den offentlige politikken har dermed en sentral rolle for regional næringsutvikling, men perspektivet understreket at politikken må tilpasses de ulike regionene og næringene.

For norske eksportrettede bedrifter vil kunder og leverandører ofte finnes over store deler av verden, mens viktige kunnskapsorganisasjoner er nasjonale universiteter og forskningsinstitusjoner. Det viser at mye av kunnskapen for mange bedrifter finnes utenfor den regionen der de er lokalisert. Man kan spørre seg: Hvorfor utforme en regional innovasjonspolitik? Grunnen til dette er ifølge Isaksen (2010) at klynger og innovasjonssystemer som fungerer, har noen oppgraderingsmekanismer som kan stimulere innovasjonsprosesser i klyngebedrifter, selv om mange samarbeidspartnere finnes utenfor regiongrensene. En av de viktigste sidene ved klynger og innovasjonssystemer er at de stimulerer til oppbygging og spredning av nærings- og teknologispesifikk kompetanse. Spesielt taus kunnskap spres enklere ved geografisk nærhet mellom aktører.

Som nevnt i innledningen, eksisterer det i Norge tre hovedtyper av innovasjonspolitik. Jeg vil kort gjengi de ulike typene og i tillegg gi noen eksempler på hva som gjøres i praksis. Den første er nasjonale innovasjonsvirkemidler. Denne typen er områdenøytral. Det dreier seg i hovedsak om generelle virkemidler for alle bedrifter og næringer (Jakobsen & Onsager 2008). Et eksempel er SkatteFUNN, som gir skattefradrag for investering i innovasjonsprosjekter som tilfredsstiller visse krav (Isaksen 2010). For det andre finnes det virkemidler som koordineres og i hovedsak finansieres nasjonalt, men hvor utforming er tilpasset regionale behov og forutsetninger (Jakobsen & Onsager 2008). Den tredje er, i motsetning til de to første typene av innovasjonspolitik, initiert, finansiert og operert av regionale aktører. Det gjelder særlig fylkeskommunen som har fått et stadig større ansvar for den regionale innovasjonspolitikken. Politikken sikter mot å oppnå bestemte mål eller fremme og utnytte spesielle fortrinn i en region (Isaksen 2010).

## 2.7 Kritikk av klyngeteori

I likhet med Floridas teori om *Den Kreative Klasse* har også klyngeteori blitt gjenstand for kritikk. I faglitteraturen ser det imidlertid ut til at det er færre artikler som kritiserer og er skeptiske til klyngeteori sammenlignet med teori om den kreative klasse. En artikkel det ofte blir referert til når det gjelder kritikk av klyngeteori er Martin & Sunleys artikkel fra 2003: *Deconstructing clusters: Chaotic concepts or policy panacea?* Ettersom denne artikkelen gir et godt innblikk i svakhetstrekk ved klyngeteori, bruker jeg den som utgangspunkt for kritikken i dette underkapittelet. Michael Porter har blitt en slags frontfiguren for klyngeperspektivet. I Martin & Sunleys artikkel er derfor en del av kritikken rettet mot Porter og hans framstilling av klynger.

Ifølge Martin & Sunley (2003) innrømmer Porter at hans teori for spesialisert industriell lokalisering er en videreutvikling av tidligere ideer. Flere av Porters ideer kan spores tilbake til Alfred Marshalls bok *Principles of Economics* fra 1890. Økonomiske geografer har også de siste tiårene fattet interesse for industriell lokalisering og regional agglomerasjon. Geografer har utviklet en rekke begreper for å analysere opphopning av næringsvirksomhet, men dette arbeidet har i stor grad blitt ignorert av Porter og politikkutformere. Jeg har imidlertid i denne oppgaven brukt flere artikler skrevet av økonomiske geografer. Martin & Sunley (2003) hevder at noe av grunnen til at geografenes bidrag har blitt ignorert, er at mye av dette arbeidet karakteriseres av en akademisk og diskursiv tilnærming, mens Porters arbeid er lettest og forførende. Porters internasjonale profil som økonom, og hans selvsikre fremtoning gir klyngeteori en tydelig autensitet og legitimitet som politikkutformere har funnet det vanskelig å motstå.

Martin & Sunley (2003) kritiserer Porters teori for å være vag og ubestemmelig. Det er derfor vanskelig å teste og evaluere teorien. Den definitoriske ufullstendigheten til Porters klyngekonsept har vært en viktig årsak til dens popularitet. Mange vil si at den definitoriske og konseptuelle elastisiteten til klyngekonseptet kan sees på som positivt fordi det muliggjør analyse og forståelse av en rekke ulike case. Martin & Sunley (2003) hevder imidlertid at klyngekonseptets ulike konnotasjoner og meninger gjør det til et kaotisk begrep.

Det er flere problemer knyttet til Porters definisjon av klynger. For eksempel, mangelen på geografiske og industrielle grenser i en klynge. Hvor mange bedrifter skal til for at en lokal ansamling av bedrifter utgjør en klynge, og hvilke relaterte industrier og aktiviteter

kan inkluderes? Hvor nært samarbeid må bedriftene ha for å kunne kalle seg en klynge? Hvor økonomisk spesialiserte må bedriftene være for å utgjøre en klynge? Når det gjelder den geografiske grensen til klynger, eksisterer det to ytterpunkter. 1) Porter har brukt klyngebegrepet på bedrifter som er sammenkoblet i form av "traded interdependencies" (de handler med hverandre), men de er spredt rundt forbi på ulike steder i landet, og det eksisterer ingen geografisk nærhet mellom bedriftene. 2) Porter har også brukt begrepet til å referere til lokale grupperinger av bedrifter i relaterte næringer i et svært lite geografisk område. For eksempel mediaklyngen på Lower Manhattan i New York (Martin & Sunley 2003).

Klynger kan være svært forskjellige når det gjelder opphav, type, struktur, organisering, dynamikk, og utviklingsmønster. Likevel brukes Porters teori på mange ulike klyngetyper. Det er imidlertid ikke klart om grunnen til dette er at alle klynger kan forklares på samme måte, tross deres ulikheter, eller fordi Porters teori er svært generell, noe som gjør at akademikere kan velge de delene av teoriene som passer når de skal analysere en klynge. Et problem ifølge Martin & Sunley (2003) er at Porters klyngemodell kombinerer ideer fra svært ulike teoretiske perspektiver – alt fra agglomerasjonsteori til sosial nettverksteori. Resultatet er at samme klynge kan bli tolket på svært forskjellige måter. Det er ikke et problem i seg selv, men kan gi svært ulike anbefalinger for hvordan klyngen kan videreutvikles ved hjelp av virkemidler.

Når det gjelder taus kunnskap skriver Martin & Sunley (2003) for det første at det er problematisk å hevde at en gitt form for kunnskap er linket til næringsklynger eller for den saks skyld sosiale relasjoner. For det andre, mange refererer til taus kunnskap uten å definere hva det er, eller hvordan det fungerer som en kilde til konkurransefordeler. Lawson og Lorenz hevder ifølge Martin & Sunley (2003) at taus kunnskap kan være innebygd i en bedrifts rutiner, for eksempel i forhold til innovasjon, rutiner og tilpasningsevne. Problemet er imidlertid at klyngeteori ikke analyserer den interne organiseringen av bedrifter. Klyngeteori fokuserer i hovedsak på faktorer som ligger utenfor bedriftsenheten. Klyngeteori blir også kritisert for at den isolerer klynger fra det økonomiske landskapet i en region slik at klynger fremstår som isolerte enheter (Martin & Sunley 2003). Det *kan* lede til at virkemidler for å styrke klynger fører til "lock-in" tendenser ved at det fokuseres på samarbeid og kunnskapsflyt mellom en fast kjerne av klyngebedrifter, og at det kommer lite nye impulser og kunnskap til klyngen utenfra. Det blir hevdet at klynger øker produktivitet,

innovasjonsevne, konkurransevne og profitt, og at det skapes nye arbeidsplasser. Det finnes imidlertid ikke tilstrekkelig bevis for disse påstandene. Mange av bevisene som brukes er preget av anekdoter og suksesshistorier fra bestemte steder. Det er få omfattende studier som sammenligner resultatene til bedrifter som deltar- og bedrifter som ikke deltar i klynger.

Tilhengere av klyngeteori, kan alltid kontre skuffende resultater eller kritikk av deres funn med at klyngens grense har blitt feildefinert, eller at det økonomiske resultatet har blitt målt på feil måte. Til syvende og sist er det umulig å støtte eller avvise klyngeeffekter ved hjelp av empirisk bevis, ettersom det eksisterer så mange unntak og uklarheter (Martin & Sunley 2003). I dagens Norge er klyngeperspektivet en viktig inspirasjonskilde til mye av innovasjonspolitikken, men det er også flere av innovasjonsvirkemidlene som kan karakteriseres som tradisjonelle.

## **2.8 Tradisjonelle innovasjonsvirkemidler**

Distriktpolitikken i Norge har i etterkrigstiden vært preget av to hovedstrategier når det gjelder innovasjon, en omfordelingsstrategi og en strategi for egenbasert utvikling. Omfordelingsstrategien som dominerte på 1950- og 60-tallet, hevdet at veksten skjer i visse næringssektorer og geografiske områder, først og fremst i større byer og det er de store foretakene som anses å være drivkraften i økonomien. Målet med en omfordelingsstrategi er å spre veksten i storindustrien til mindre sentrale deler av landet. Denne strategien kan karakteriseres som et nullsum-spill. Distriktskommunene konkurrerer om å trekke til seg de samme arbeidsplassene. Det er ingen strategi for å skape helt nye arbeidsplasser. Strategien ble mindre aktuell utover på 1970-tallet ettersom veksten stoppet opp i store deler av næringslivet.

Strategier for egenbasert utvikling ble utviklet som et alternativ i en situasjon med færre flyttbare arbeidsplasser. Disse strategiene tar sikte på at aktører i distriktene skal skape helt nye arbeidsplasser utfra lokale ressurser. En av begrunnelse for egenbasert utvikling er at distriktskommuner har behov for andre typer arbeidsplasser enn de man fikk gjennom omfordelingsstrategien. Det har også vært et viktig diskusjonstema om virkemidlene skal settes inn over alt i distriktene eller konsentreres til bestemte geografiske områder (Amdam

m.fl. 1995). Amdam m.fl. (1995:24) lanserer en tabell med to omfordelingsstrategier og to strategier for egenbasert utvikling.

*Tabell 1 Gruppering av hovedtyper av strategier i distriktspolitikk og lokalt tiltaksarbeid*

	<b>Satsing overalt</b>	<b>Konsentrert satsing</b>
<b>Geografisk omfordeling av investeringer</b>	I. Akkvisisjon	II. Vekstsenterstrategi
<b>Egenbasert utvikling</b>	III. Lokal ressursmobilisering	IV. Småbedrifts- og nett-Verksstrategi

De to skillelinjene, mellom omfordeling og egenbasert utvikling og mellom konsentrert satsing og satsing over alt, gir slik opphav til fire ulike strategier. Dette har vært hovedstrategier i norsk distriktspolitikk. Tallene i figuren viser i hvilken rekkefølge strategiene ble introdusert i distriktspolitikken; akkvisisjonsstrategien er den eldste og småbedrifts- og nettverksstrategien den yngste. De fire strategiene viser de ulike valgmulighetene kommunene har i tiltaksarbeidet. Strategiene utelukker ikke hverandre: En kommune kan benytte flere strategier samtidig (Amdam m.fl. 1995).

Når det gjelder *akkvisisjon*, som var dominerende fra 1950 årene og frem til midten av 1970-tallet, har sentrale myndigheter utarbeidet virkemidler som skal bidra til at investeringer og arbeidsplasser overføres fra sentrale områder til distriktene. Det er ingen bevisst styring av hvor investeringene og arbeidsplassene kommer i distriktene. Virkemidler som lån og tilskudd til transportstøtte gjelder alle områdene i det distriktspolitiske virkeområdet. Oppgaven for kommunene innenfor akkvisisjonsstrategien er å hente inn private foretak og offentlige institusjoner utenfra. Kommunene konkurrerer slik om flyttbare investeringer. Virkemidlene kommunene kan dra nytte av, gjelder særlig støtte til opparbeiding av næringsområder og næringsbygg og bruk av distriktspolitiske ordninger.

*Vekstsenterstrategien* ble introdusert i norsk distriktspolitikk på begynnelsen av 1960-tallet som et alternativ til akkvisisjonsstrategien. I denne strategien er de offentlige virkemidlene rettet inn mot bestemte steder i distriktene, steder der man antar at betingelsene for å få til næringsutvikling er best. Vekstsenterstrategien regnes som en omfordelingsstrategi siden det i Norge har vært staten som har utpekt vekstsentre, og siden staten stiller spesielle virkemidler til rådighet for sentrene (Amdam m.fl. 1995). Noe av tankegangen i denne



strategien kan imidlertid gjenfinnes i klyngesatsinger som Arena- og Norwegian Centers of Expertise (NCE)-programmene til Innovasjon Norge.

I strategien *lokal ressursmobilisering* som begynte å bli populær på slutten av 1970-tallet, stilles det ingen krav til områdene på forhånd. Formålet med denne strategien er å skape de rette betingelsene for å få til næringsutvikling i alle slags områder. Men den er særlig rettet inn mot støtte til mindre nyetableringer. Det satses på bred deltakelse for å utnytte det potensialet som finnes i form av ideer og initiativ hos folk, i tillegg til å utnytte lokale naturressurser. I lokal ressursmobilisering er man opptatt av å drive fram og støtte alle typer lokale ideer og initiativ. Dette skal skape prosesser i lokalsamfunnene som kan bidra til næringsutvikling.

Formålet med *småbedrifts- og nettverksstrategien* som begynte å bli populær på begynnelsen av 1990-tallet, er å skape områder hvor det er en konsentrasjon av mange små og mellomstore foretak innen samme eller nærliggende bransjer. Foretakene skal danne underleverandørsystem og inngå i formelle og uformelle nettverk (Amdam m.fl. 1995). Småbedrifts- og nettverksstrategien har slik flere likhetstrekk med teori som omhandler næringsklynger. En av forskjellene fra næringsklyngeteori er imidlertid at småbedrifts- og nettverksstrategien er myntet på produksjonsområder som domineres av mindre og lokale foretak, men strategien utviklet seg i løpet av 1990-tallet til mer generell klyngepolitikk.

## 2.9 Oppsummering

Jeg har i dette kapittelet gjort rede for de ulike teoriene som jeg bruker i min analyse av Arendal og Grimstad. I hovedsak er det Floridas bok *The Rise of The Creative Class*, og teori om næringsklynger som danner grunnlaget for kapittelet, men jeg har også skrevet kort om Webers og Marshalls teorier som på mange måter var en slags forløper til klyngeteori. I tillegg har jeg skrevet om tradisjonelle innovasjonsvirkemidler og hvordan slike virkemidler har blitt brukt i Norge siden 1950-tallet. Begrepene *people climate* og *business climate* danner en overordnet struktur for analysen av de kommunale næringsstrategiene i Arendal og Grimstad. I sammenheng med næringspolitikk betyr *people climate* at kommunen har fokus på å skape attraktive og spennende steder, mens *business climate* betyr at kommunen fokuserer på å skape gode rammevilkår for næringsliv og næringsutvikling. Formålet med

oppgaven er å analysere relevansen av people climate og business climate i Arendal og Grimstad, og hvordan disse perspektivene påvirker utforming av næringspolitikk i de to kommunene.

## 3 METODE

Det finnes ulike fremgangsmåter for å lære å bygge et hus. En måte kan være å studere hvordan mange ulike hus er konstruert. En annen måte er å studere konstruksjonen av ett enkelt hus. Begge måtene har samme mål i sikte, men de tar forskjellige veier for å oppnå målet. Det samme kan sies om samfunnsvitenskapelig forskning. Forskere kan velge å observere mange ulike case uten å gå særlig i dybden eller noen få case mer intensivt (Gerring 2007). Denne oppgaven bruker sistnevnte metode i studien av Arendal og Grimstad. I samfunnsvitenskapelige studier konstruerer forskeren en representasjon av virkeligheten Ragin (1994). Det er derfor viktig å være åpen om hvilke valg som har blitt gjort underveis i arbeidet med denne oppgaven. Første del av dette kapittelet gir en definisjon av studien og hvilken forskningsmetode jeg har valgt å bruke. Andre del av kapittelet tar for seg hva man kan lære av en casestudie, og jeg redegjør for forskningsprosessen inkludert forskningsetiske problemstillinger.

### 3.1 Definisjon av studien

Denne oppgaven kan beskrives som en teoriinformert kvalitativ casestudie. Noen vil kanskje også hevde at oppgaven er en komparativ studie, men jeg skal komme tilbake til dette senere i kapittelet. Casestudier spiller en viktig rolle i forhold til å teste teorier og å generere eller videreutvikle teori (Baxter 2010). En studie av Arendal og Grimstad er relevant for 1) å forstå utvikling av næringspolitikk og 2) å forstå lokaliseringsbeslutninger blant medlemmer av den kreative klasse og blant kunnskapsbaserte bedrifter. I tillegg håper jeg at mine funn kan være med på å videreutvikle teori om den kreative klasse og synliggjøre i hvilken grad denne teorien er relevant for å kunne analysere ulike sider ved næringsutviklingen i andre småbyer. Før jeg startet å skrive oppgaven hadde jeg et ønske om å fordype meg i Floridas teori om den kreative klasse. Jeg bestemte meg etterhvert for å bruke Floridas teori og teori om næringsklynger. En av årsakene til at Arendal og Grimstad ble valgt som studieområder er at jeg har kjennskap til disse byene, og så vidt meg bekjent har det ikke blitt gjennomført

lignende studier der tidligere. I tillegg har byene et høyteknologisk næringsliv, og det er derfor mange mennesker med høy kompetanse som bor og arbeider i området. Byene innehar i den forstand kvaliteter som passer for å analysere relevansen av det teoretiske rammeverket. Baxter (2010) skriver at casestudier ikke trenger å være studiet av ett enkelt case. Han mener at det ofte er bedre å ha flere case av et fenomen fordi det gir en bredere basis for å utforske og forklare fenomenet. I stedet for å bruke enten Arendal eller Grimstad som case, har jeg derfor valgt å bruke begge, slik at jeg kan sammenligne og se om jeg får de samme resultatene.

### **3.1.1 Valg av forskningsmetode**

Det er først og fremst formål og forskningsspørsmål som avgjør hvilken fremgangsmåte som bør benyttes når man skal gjennomføre en studie. I utgangspunktet står forskeren overfor et valg mellom kvalitativ og kvantitativ metode, eller en kombinasjon av disse metodene (Andersen m.fl. 2004). En kvantitativ tilnærming brukes først og fremst når man studerer mange enheter. Forskeren er i en slik tilnærming avhengig av å ha god forhåndskunnskap om fenomenet som studeres for å lage gode spørsmål og svaralternativer. Kvalitativ metode på sin side brukes gjerne når man studerer få enheter og når forskeren har lite forhåndskunnskap om det man studerer. En kvalitativ tilnærming egner seg slik til å finne fram til prosesser og mekanismer som har skapt et fenomen, f.eks. fremvekst av pionerbedrift i en region, mens en kvantitativ tilnærming egner seg til å skaffe seg oversikt over et fenomen, f.eks. hvilke innovasjonsmåter som dominerer i maritim industri på Sunnmøre.

Ifølge Gerring (2007) er det en nær relasjon mellom casestudier og kvalitativ metode. Casestudier blir ofte assosiert med kvalitativ metode, men det er mulig å bruke både kvantitative og kvalitative metoder i slike studier. Innen akademia er det imidlertid uenighet om hva som definerer et case og det eksisterer mange ulike forklaringer. Jeg forholder meg imidlertid til Gerring (2007) som skriver at ordet case gir assosiasjoner til studiet av et romlig avgrenset fenomen, og han definerer en casestudie på følgende måte: *"A case study may be understood as the intensive study of a single case where the purpose of that study is – at least in part – to shed light on a larger class of cases"* (Gerring 2007:20). I og med at jeg bruker Arendal og Grimstad som studieområder studerer jeg et romlig avgrenset fenomen. Studiet er

også avgrenset til bestemte typer av ressurspersoner og bedrifter. Formålet med studien er først og fremst å si noe om hva som kommer først av folk og arbeidsplasser i Arendal og Grimstad, men forhåpentligvis vil studien også kunne si noe som har relevans for andre småbyer, på samme måte som en studie av et hus kan si noe om hvordan andre lignende hus er konstruert.

I mitt tilfelle er det viktig å oppnå en forståelse av hva som trekker den kreative klasse og næringsliv til Arendal og Grimstad. Det gir lite mening å måle et slikt fenomen i kvantitet eller frekvenser. Thagaard (2003) skriver at kvalitative metoder er en god fremgangsmåte når forskeren ønsker innsikt i og forståelse for andre menneskers liv. Valg av metode handlet i mitt tilfelle først og fremst om hvilken metode som kunne hjelpe meg til å svare på forskningsspørsmålene mine. Det hadde vært vanskelig å få informasjon om tankene bak arbeidet med kommuneplanen i Arendal og Grimstad med en kvantitativ tilnærming. Når det gjelder den kreative klasse hadde det vært en mulighet å trekke et representativt utvalg og utført en surveyundersøkelse, siden jeg bruker teori om næringsklynger og teori om den kreative klasse som to supplerende forklaringsmodeller til at folk flytter til Arendal og Grimstad. En utregning av gjennomsnittet kunne slik gitt et svar på hva som er viktigst av business climate og people climate i Arendal og Grimstad. Årsaken til at jeg ikke utførte en surveyundersøkelse av den kreative klasse var som nevnt tidligere problemer med å definere populasjonen. Intervjuene med den kreative klasse har imidlertid gitt meg informasjon og detaljkunnskap som det ikke hadde vært mulig å oppnå med en surveyundersøkelse.

I forhold til spørsmålet om denne studien også til dels er en komparativ studie viser jeg til George & Bennett (2005) som skriver at det eksisterer forvirring rundt komparative studier innenfor samfunnsvitenskap. Noen mener sammenligning av et lite antall caser er forskjellig fra casestudiemetoden. De som hevder dette mener at en casestudie kun er intern eksaminering av ett enkelt case. George & Bennett (2005) hevder imidlertid at casestudiemetoder inkluderer både intern eksaminering av ett enkelt case og sammenligning av et lite antall caser. Jeg stiller meg bak George & Bennett i denne sammenhengen og kaller derfor studiet mitt av Arendal og Grimstad en casestudie selv om jeg også foretar sammenligninger mellom byene.

### 3.2 Om kvalitativ metode

En viktig målsetting med kvalitative studier er å oppnå en forståelse av sosiale fenomener. Fortolkning har stor betydning i kvalitativ forskning. Det er derfor viktig at forskeren presiserer og tydeliggjør de prosessene som fører til resultater i kvalitativ forskning. Dette innebærer å gjøre rede for fremgangsmåte under datainnsamling, opplegg for analyse og hvordan resultatene tolkes. Kvalitative metoder egner seg godt til studier av temaer som det er gjort lite forskning på tidligere, og hvor det derfor stilles store krav til åpenhet og fleksibilitet.

En av forskjellene mellom kvalitative og kvantitative metoder er at førstnevnte søker å gå i dybden og vektlegger fortolkning, mens sistnevnte har fokus på utbredelse og antall. Kvantitative metoder fokuserer på variabler, relativt uavhengig av den samfunnsmessige kontekst, mens kvalitative tilnærminger omhandler prosesser som tolkes i lys av den kontekst de inngår i. Et kjennetegn ved kvalitative studier er at forskeren som oftest konsentrerer seg om relativt få enheter og har god kjennskap til hver enkelt case, mens kvantitative studier tar for seg mange enheter, og forskeren har lite kjennskap til hver enkelt case. Når det gjelder innhenting av informasjon, baserer kvalitative studier seg i hovedsak på intervjuer, men også observasjoner og analyse av dokumenter. Kvantitative studier på sin side bruker i hovedsak spørreskjema, statistikk og databaser (Thagaard 2003).

Winchester & Rofe (2010) skriver at kvantitativ metode ofte brukes når man har god kunnskap om fenomenet som studeres. En av grunnene til dette er at forskeren er avhengig av å ha forhåndskunnskap om fenomenet for å lage gode spørreskjema. Kvalitative studier brukes derfor i noen tilfeller forut for en kvantitativ studie for å skaffe mer kunnskap. Hesselberg (2012) hevder slik at kvalitativ og kvantitativ metode kan komplementere hverandre.

En viktig del av forskningsarbeidet i kvalitativ metode er kritisk refleksivitet, altså at man erkjenner sin egen posisjon og at man som forsker i noen grad er med på å påvirke forskningsresultatet. I praksis er dette en vanskelig oppgave ettersom det ikke alltid er lett å vurdere på hvilken måte ens egne personlige karakteristikk påvirker informasjonen som innhentes. Ifølge Winchester & Rofe (2010) blir kvantitativ forskning blir ofte fremstilt som objektiv, mens kvalitativ forskning blir sett på som subjektiv. Kvalitativ forskning blir i en slik fremstilling sett på som mindreverdige. Et slikt syn er misledende fordi det presenterer kvantitativ metode som fri for iboende verdier. Hva man studerer og hvordan man studerer det

vil i noen grad reflektere forskerens verdier. Hvis forskeren anerkjenner at all forskning innebærer en viss grad av subjektivitet, vil avstanden mellom kvalitativ og kvantitativ metode reduseres dramatisk. Thagaard (2003) hevder at det ikke er til å unngå at forskeren i noen grad påvirker svarene også i kvantitative studier. Når forskeren bruker spørreskjemaer vil svarene informanten gir preges av måten spørsmålene stilles på og svarkategoriene informanten må forholde seg til.

Ofte forbindes samfunnsvitenskapelig forskning med uttalelser som: *"People with more education tend to get better jobs"* eller *"Poor countries tend to have more social conflict and political instability than rich countries"* (Ragin 1994:81). Samfunnsvitenskapelige forskere har ofte en overbevisning om at slike uttalelser ikke gir en god representasjon av sosiale fenomener. Et eksempel er hvis man ønsker å forstå hvorfor noen mennesker (eksempelvis militærpersonell, våpensamlere og jegere) er veldig interessert i våpen. En kvantitativ tilnærming vil kanskje vise at det er større sannsynlighet for at hvite menn som tilhører den nedre delen av middelklassen samler på våpen enn andre grupper. En slik fremstilling sier imidlertid veldig lite om hvorfor folk har en fascinasjon for våpen. En fremgangsmåte for å få et mer nyansert bilde er å snakke med folk som er interessert i våpen. En strategi kan være å oppsøke våpenbutikker eller skytterklubber (Ragin 1994). På denne måten kan man velge ut noen personer som tilhører gruppen man ønsker å vite noe om. Målet er da å foreta intervjuer til man når et metningspunkt. Det vil si at nye informanter sannsynligvis ikke vil ha noe nytt å tilføre forskningen. Det er imidlertid vanskelig å vite når man når et metningspunkt (Hesselberg 2012).

Når det kommer til evaluering av forskning benytter Andersen m.fl. (2004) seg av begrepene pålitelighet (reliabilitet), troverdighet (begrepsvaliditet) og overførbarhet (ekstern validitet). Det er litt forskjellig hvordan disse begrepene defineres og brukes i kvalitativ og kvantitativ metode. Jeg vil imidlertid fokusere på førstnevnte ettersom det er denne metoden som brukes i denne oppgaven. Begrepet pålitelighet fokuserer på at forskeren skal være åpen om fremgangsmåten slik at det er mulig å spore dokumentasjon av data, metoder og avgjørelser gjennom hele prosjektet. For å styrke påliteligheten til denne studien av Arendal og Grimstad, har jeg såfremt det lar seg gjøre prøvd å være åpen om hvordan jeg har gått fram, og de ulike valgene jeg har tatt underveis. I kapittel 3.3 gir jeg en beskrivelse av denne prosessen. Når det gjelder troverdighet eller validitet handler dette om i hvilken grad mine

observasjoner virkelig avspeiler de fenomener eller variabler jeg har til hensikt å undersøke. Sagt på en annen måte: Gir min studie av Arendal og Grimstad et riktig bilde av virkeligheten? I arbeidet med denne oppgaven har jeg analysert kommunale næringsstrategier, stedsattraktivitet og næringsutvikling i Arendal og Grimstad, og det overordnede spørsmålet har vært hva som kommer først av folk og arbeidsplasser. For å gjennomføre selve analysen har jeg analysert kommuneplanene til Arendal og Grimstad, gjort intervjuer med politikkutformere, bedriftsledere og personer fra den kreative klasse i begge byer. Fremgangsmåten tatt i betraktning hevder jeg at denne studien av Arendal og Grimstad avspeiler de fenomenene jeg har hatt til hensikt å undersøke, og at oppgaven gir en noenlunde riktig bilde av virkeligheten.

Begrepet overførbarhet tar for seg om resultater fra ett forskningsprosjekt kan overføres til lignende fenomener. For eksempel, kan en undersøkelse av hvordan ledelsen i Statoil tar beslutninger, overføres til hvordan beslutninger tas i andre store norske bedrifter (Andersen m.fl. 2004). Yin (2009) hevder at overførbarhet først og fremst dreier seg om hvorvidt man lykkes i å lage beskrivelser, begreper, fortolkninger og forklaringer som er nyttige også i andre sammenhenger. I avslutningskapittelet kommer jeg inn på spørsmålet om overførbarhet, og om funnene i denne studien kan overføres til andre byer.

Kvalitative casestudier kritiseres ofte for at de gir lite grunnlag for vitenskapelig generalisering (Yin 2009). Et eksempel som taler mot dette er Karl Popper som er kjent for sin falsifisering av teorier. Popper argumenterer for at man bare trenger en svart svane for å falsifisere en teori om at alle svaner er hvite. Det er imidlertid sjelden at forskere forventer at et konsept eller en teori vil være relevant i alle eksisterende case (Baxter 2010). I kvalitative casestudier er det først og fremst fokus på å forstå caset som undersøkes, men en viktig del av en casestudie er også overførbarhet til andre case (Gerring 2007).

Når det gjelder forskning og overførbarhet kan man skille mellom statistisk generalisering og analytisk generalisering. I statistisk generalisering lager forskeren en slutning om en populasjon basert på empiriske data som er tatt fra et representativt utvalg. Denne formen for generalisering er anerkjent fordi forskeren har tilgang til kvantitative formler for å avgjøre hvor sikre funnene er. Den største feilen man kan gjøre i en casestudie som gjør bruk av kvalitativ metode er å hevde at man har gjort en statistisk generalisering. Dette er fordi man i kvalitativ metode ikke velger ut informanter etter en slik logikk. Et av



poengene med analytisk generalisering er at den omfatter de mekanismene som har skapt et fenomen og ikke det observerte resultatet, f.eks. hvilke faktorer den kreative klasse (eller bestemte grupper innen denne klassen) legger vekt på ved valg av bosted, og ikke hvor mange av den kreative klasse som velger bestemte byer som bosted. Individuelle casestudier bør velges ut på samme måte som en laboratorieforsker velger ut nye temaer for et nytt eksperiment. Flere case kan slik sammenlignes med flere eksperimenter. Under slike forhold er modellen for generalisering analytisk på den måten at tidligere utviklet teori blir brukt som en mal til å sammenligne de empiriske resultatene til casestudiet. Hvis to eller flere case støtter samme teori er det grunn til å hevde repliserbarhet. De empiriske resultatene kan hevdes å være enda mer sannsynlige hvis to eller flere case støtter samme teori og samtidig ikke støtter en konkurrerende teori (Yin 2009).

### **3.3 Forskningsdesign**

I en forskningsprosess kan man skille mellom begrepene induksjon og deduksjon. Ragin (1994) skriver at en deduktiv tilnærming innebærer at forskeren utvikler analytiske rammer på bakgrunn av en etablert teori, mens induksjon innebærer at forskeren konstruerer bilder og sammenfatter mønstre fra empiri. Den nye kunnskapen som genereres gjennom et forskningsarbeid kan slik bli brukt i en induksjonsprosess til å utvide og videreutvikle teori om den kreative klasse.

I arbeidet med innsamling av empiri intervjuet jeg en rekke informanter med ulik bakgrunn og oppgaver for å danne et godt bilde av næringsplanlegging og utvikling i Arendal og Grimstad: medlemmer av den kreative klasse, politikk-utformere, politikere og ledere i kunnskapsbaserte bedrifter. Fra den kreative klasse intervjuet jeg fem personer fra hver by. For å få tak i informanter som kunne si noe om det jeg er interessert i gjorde jeg et strategisk utvalg. Det vil si at jeg valgte informanter som har egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til mine forskningsspørsmål (Thagaard 2003). Både i Arendal og Grimstad prøvde jeg å få tak i informanter med ulik bakgrunn. Jeg ønsket slik å ha noen informanter som opprinnelig er fra området, men også informanter som kommer fra andre steder i Norge og utlandet. Tanken bak denne utvelgelsen var først og fremst at personer med ulik bakgrunn i noen grad ser og opplever byer og stedskvaliteter forskjellig. Det er også

interessant å høre hvorfor folk har valgt å flytte til Arendal og Grimstad og eventuelt hvorfor de har valgt å bli værende eller flytte tilbake.

Hvis jeg skulle gjort intervjuene av den kreative klasse på nytt i Grimstad ville jeg sannsynligvis gjort noen endringer i prosessen for utvelgelse av informanter. I Grimstad snakket jeg med en professor som hjalp meg med å komme i kontakt med informanter fra den kreative klasse. Jeg fikk da muligheten til å velge ut personer med svært ulik bakgrunn. Informantene hadde imidlertid en ting til felles: de hadde alle en eller annen form for ingeniørutdanning. Ifølge Asheim & Hansen (2009) har ingeniører en syntetisk kunnskapsbase. Dette gjør at mange ingeniører verdsetter business climate høyere enn people climate. De vil slik ha andre bostedspreferanser enn kunstnere og artister. Derfor, hvis noen skulle gjennomføre en studie av den kreative klasse i Arendal og Grimstad ved et senere tidspunkt ville det vært interessant å intervju folk med en mer variert utdanningsbakgrunn i Grimstad. Resultatene fra intervjuene av den kreative klasse i Grimstad er imidlertid nesten de samme som i Arendal, så det er ikke sikkert at resultatene ville vært veldig forskjellige selv om informantene jeg intervjuet i Grimstad ikke hadde vært ingeniører. Etter å ha gjennomført fem intervjuer i hver by følte jeg at jeg hadde nådd et metningspunkt. Jeg kan imidlertid ikke være helt sikker på at nye informanter ikke hadde hatt nye momenter å tilføre oppgaven.

Intervjuguiden for den kreative klasse i Arendal og Grimstad var delt inn i fire deler. Den første delen bestod av generelle spørsmål relatert til informasjon om informanten og familiesituasjonen. Den andre delen tok for seg arbeidsliv, den tredje delen omhandlet bostedskvaliteter, mens den fjerde delen hadde fokus på toleranse og åpenhet. Tanken bak denne inndelingen var å få et helhetsbilde av hvorfor vedkommende har slått seg ned i Arendal og Grimstad. I tillegg fikk jeg også en oversikt over hva informanten synes er positivt og eventuelt negativt ved å bo i Arendal/Grimstad.

I Arendal og Grimstad intervjuet jeg også flere politikk-utformere. I Arendal intervjuet jeg næringssjefen og byplanleggeren, mens jeg i Grimstad intervjuet lederen for Grimstads næringsråd, enhetsleder i Plan- og bygningsetaten og ordføreren. Grimstad kommune har ikke en egen næringsavdeling, og de samarbeider derfor med næringsrådet. En av grunnene til at jeg intervjuet ordføreren i Grimstad er at han er opptatt av byutvikling og har god kjennskap til Floridas teorier. Når det gjelder bedriftsintervjuene så intervjuet jeg to bedrifter i hver by. Kriteriene for utvelgelse av bedrifter var at de enten er høyteknologiske eller

kompetansebaserte og rekrutterer og ansetter folk som tilhører den kreative klasse. I Arendal intervjuet jeg Personalsjefen i National Oilwell Varco som leverer produkter og tjenester til boring etter olje på land og til havs. I tillegg intervjuet jeg Personalsjefen i Gard AS som er verdens største forsikringsselskap innen sjøforsikring. I Grimstad intervjuet jeg daglig leder i Redrock som tilbyr produkter og service i segmentene: Industri, Offshore, IT og Telekom. Jeg intervjuet også Personalsjefen i Devoteam som i hovedsak leverer konsulenttjenester innen IKT.

For intervjuene av bedriftene i Arendal og Grimstad stilte jeg i hovedsak de samme spørsmålene, og intervjuguiden var delt inn i tre deler. Den første delen hadde fokus på generelle spørsmål om bedriften. Den andre tok for seg byens næringsmiljø og den tredje omhandlet stedskvaliteter. Formålet med denne oppdelingen var i hovedsak å få god kjennskap til bedriften og hvilke fordeler/ulempes bedriften har av å være lokalisert i Arendal eller Grimstad. I tillegg var det interessant å høre hva bedriftene selv mener trekker den høyt utdannede arbeidskraften til Arendal og Grimstad.

### **3.4 Forskningsetiske problemstillinger**

Etiske hensyn er viktig for forskningsvirksomhet slik som det er for all annen virksomhet i samfunnet. Etiske problemstillinger oppstår når forskningen direkte berører mennesker, spesielt i forbindelse med datainnsamlingen (Andersen m.fl. 2004). Dowling (2010) skriver at det er tre ting som forskeren må ta spesielt hensyn til i en intervjuopprosess: Konfidensialitet, informert samtykke, samt å unngå negative konsekvenser for informanten. Konfidensialitet handler om at det ikke skal være mulig å identifisere de som har blitt intervjuet i forbindelse med oppgaven.

Slik jeg ser det, er ikke spørsmålene jeg stilte i intervjuene av den kreative klasse veldig personlige. Likevel kan det hende at et fåtall av informantene oppfatter noen av spørsmålene som litt ubehagelige eller at de ikke svarer hva de egentlig mener. Dette kan for eksempel gjelde spørsmål om sivilstatus hvis man nettopp har gått gjennom en skilsmisse, eller spørsmål om hva informanten synes om et fremmedkulturelt innslag i bybildet hvis vedkommende er svært negativ til dette. Bakgrunn og kultur kan også ha en innvirkning på hvordan informantene oppfatter spørsmålene. For å oppfylle kravene om konfidensialitet har

jeg anonymisert informantene fra den kreative klasse, og jeg nevner heller ikke hvilket land de utenlandske informantene kommer fra ettersom det ofte er enklere å identifisere utenlandske personer i mindre byer hvor det er en relativt lav andel av utlendinger. Intervjuene jeg utførte med folk i kommunen, var først og fremst rettet mot å få mer informasjon om kommuneplanen og byenes satsingsområder. Ettersom disse spørsmålene ikke er personlige valgte jeg å bruke tittelen til de jeg intervjuet, for eksempel næringssjef, byplanlegger, etc.

Informert samtykke innebærer at man må informere deltakerne om hva det forskes på og hva informanten eventuelt sier ja til. Det er også viktig å fortelle hva som forventes av dem, og hvor lang tid intervjuet vil ta. Samtykke kan enten være skriftlig eller muntlig (Dowling 2010). I mitt tilfelle kontaktet jeg informantene på telefon, fortalte kort om hva studien min handler om og hvorfor jeg ønsket å intervju vedkommende. Deretter sendte jeg en epost med en fylligere beskrivelse av oppgaven. Bedriftsintervjuene ble gjennomført på samme måte som intervjuene med folk i kommunen og den kreative klasse. Etter tillatelse fra personalsjefene bruker jeg navnet på bedriftene i oppgaven. En av grunnene til dette er at det for noen lesere kanskje blir mer interessant å følge intervjuene. I tillegg kan det være nyttig for politikere å vite hvordan det oppleves for de aktuelle bedriftene å være lokalisert i Arendal og Grimstad.

## 4 STUDIEOMRÅDENE, ARENDAL OG GRIMSTAD

Arendal og Grimstad er småbyer i internasjonal sammenheng med en befolkning i 2012 på henholdsvis 42.801 og 21.301 ifølge SSB.<sup>2</sup> Byene og landsdelen i sin helhet er kjent for høyteknologisk næringsliv og et rikt kultur- og festivalliv. Det maritime preger byene, historisk er dette representert ved seilskutetiden, i dag gjennom shippingbedrifter, offshorevirksomhet og småbåtprodusenter. I år 2000 bestemte Arendal seg for å gjennomføre en satsing på byutvikling og tilrettelegging for næringsliv.<sup>3</sup> Fokusområdene var blant annet boligbygging, kultur og næringsutvikling. En sentral del av oppbyggingen av kulturtilbudet i Arendal var byggingen av det kombinerte kultur- og rådhuset som sto ferdig i 2005.

Hvert år arrangeres det i Arendal to store musikkfestivaler, Canal Street Jazz & Blues Festival og Hove-festivalen. I tillegg har Arendal Bomuldsfabrikken kunsthall. Arendal har flere internasjonale bedrifter, det siste skuddet på stammen er K-line Offshore som er et stort internasjonalt japansk rederi. De har nå sin offshoresupport-skipsflåte i byen. I tillegg har byen bedrifter som National Oilwell Varco og Gard AS som er lokalisert relativt nærme bykjernen.

På Sørlandet har man en klynge av oljerelaterte bedrifter som heter NCE NODE (Norwegian Center of Expertise). Flere av bedriftene i NCE-klyngen er verdensledende på sitt område innenfor offshore og boresystemer. Bedriftene i Node har en samlet omsetning på 60-80 milliarder kroner per år. I Arendal er det ni bedrifter som er med i Node-samarbeidet: Aker Pusnes AS, BW Offshore ASA, Cecon AS, GDV Maritime AS, Hernis Scan Systems AS, National Oilwell Varco AS, NLI Nyland AS, Sevan Marine ASA og 5D Systems AS. NODE blir betraktet som en av de mest velfungerende klyngene i landet.<sup>4</sup> Som den første av 200 europeiske næringsklynger, har NCE Node blitt Gold Label-sertifisert. Gull-sertifiseringen ser på hvor suksessfullt klyngeorganisasjonen jobber for blant annet å skape samarbeidsarenaer,

---

<sup>2</sup><https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=folkber&CMSSubjectArea=befolkning&checked=true>

<sup>3</sup> [http://www.arendal.kommune.no/PageFiles/4700/annonse\\_arendal2011\\_small.pdf](http://www.arendal.kommune.no/PageFiles/4700/annonse_arendal2011_small.pdf)

<sup>4</sup> [http://www.arendal.kommune.no/PageFiles/38299/annonse\\_arendal2011\\_small.pdf](http://www.arendal.kommune.no/PageFiles/38299/annonse_arendal2011_small.pdf)

kompetanseheving og innovasjon. Det er EU, gjennom European Secretariat for Cluster Analysis, som står bak utdelingen.<sup>5</sup>

Grimstad har de siste årene satset en del på kultur, men i den nye kommuneplanen har byen redusert dette fokuset. Grimstad kan imidlertid skilte med å ha huset to av Norges mest kjente diktere, Henrik Ibsen og Knut Hamsun. I Grimstad er apoteket hvor Ibsen jobbet blitt omgjort til et museum, og man kan se hvordan han bodde de siste årene før han flyttet fra byen. Grimstad har også to syklistere som har vunnet etapperitt i Tour de France. Thor Hushovd er Norges mest kjente syklist gjennom tidende, han har blant annet vunnet den grønne spurttrøya i Tour de France.

I dag står teknologibedriftene i fokus i Grimstads næringsliv. I kommuneplanen trekkes det frem at Grimstad har et attraktivt næringsliv og et attraktivt universitet. I Grimstad er det fem bedrifter som er med i Node samarbeidet: AS Nymo, Devoteam, Safemar AS, Teknova AS og TP Shipping AS.<sup>6</sup> Universitetet i Grimstad har et tett samarbeid med næringslivet i regionen samtidig som det er en integrert del av teknologiparken.<sup>7</sup> Grimstads maritime næringsliv står sterkt; posisjonen som sjøfartsby er bevart i nyere tid, og byen er blant verdens største når det kommer til tonnasje per innbygger. Redernavn som Ugland, Tønnevold og Bergshaven er velkjente aktører i det globale shipping-miljøet. Utenlandske rederier som Subsea 7 og UECC har kontorer i byen. Kompetansen shipping bedriftene har opparbeidet seg er attraktiv for både etablerte og nye selskaper. Nymo, som er lokalisert i Grimstad, designer og produserer drillrigger og høyteknologiske prosessmoduler til hele verden. Selskapet satser sterkt på nye og miljøvennlige løsninger. En av disse er renseteknologi for NO<sub>x</sub>-gasser. Skipsfarten har hatt en økning i utslipp av disse miljøfiendtlige gassene, og det er derfor et betydelig potensiale for ny teknologi til å redusere disse utslippene.<sup>8</sup>

Flyttemønster kan være med på å gi en pekepinn på byers popularitet, og jeg har derfor sett nærmere på tallmateriale fra SSB. Både Arendal og Grimstad har samlet sett hatt en nettoinnflytting i perioden 2000-2012. Arendal hadde en nettoinnflytting på 3024 personer

---

<sup>5</sup> <http://www.nodeproject.no/om-node>

<sup>6</sup> <http://www.nodeproject.no/deltagere>

<sup>7</sup> [http://www.sia.no/nb-NO/Bolig/Vare\\_boliger/Grimstad](http://www.sia.no/nb-NO/Bolig/Vare_boliger/Grimstad)

<sup>8</sup> <http://www.grimstad.kommune.no/Documents/Brosjyrer%20etc/grimstadbrosjyre.pdf>

selv om tre av årene på tidlig 2000-tallet var preget av en svak nettoutflytting. Folketilveksten i denne perioden var 3890 personer. Grimstad på sin side hadde en nettoinnflytting på 2466 personer, og alle årene i perioden var preget av nettoinnflytting. Folketilveksten i samme periode var på 3773 personer.<sup>9</sup> Arendal har dobbelt så mange innbyggere som Grimstad og har derfor relativt sett hatt en mye lavere nettoinnflytting og folketilvekst enn Grimstad i perioden 2000-2012.

#### 4.1 Strukturering av analysen

Jeg vil starte analysen med å ta for meg forskningsspørsmål 1a og 1b:

*1a. Hvordan markedsfører og tilrettelegger Arendal og Grimstad for tiltrekning av den kreative klasse og næringsliv?*

*1b. I hvilken grad og hvordan påvirker tanken om den kreative klassen og næringsklynger politikken for næringsutvikling i Arendal og Grimstad?*

Analysen består av tre deler: 1) Hva gjør Arendal og Grimstad ifølge planer for å tiltrekke seg den kreative klassen og næringsliv? 2) Hvordan begrunner Arendal og Grimstad sine planer og aktiviteter for å tiltrekke seg den kreative klassen og næringsliv? 3) Analyse av i hvilken grad teorier om den kreative klassen og næringsklynger har vært begrunnelser for planer og aktiviteter i Arendal og Grimstad.

Jeg vil begynne med å se nærmere på kommuneplanen, som er kommunens overordnede styringsdokument.<sup>10</sup> Hverken i Arendal eller Grimstad er det utarbeidet egne næringsplaner. Grimstad har heller ikke utarbeidet en egen kulturplan, men det finnes en del om både kultur og næring i kommuneplanen. Arendal på sin side vedtok i mai 2012 en kulturplan for 2013-2016 som det er aktuelt å se på i forhold til disse spørsmålene. De ulike

---

<sup>9</sup><https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectTable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=folkendrhist&CMSSubjectArea=befolkning&StatVariant=&PLanguage=0&checked=true>

<sup>10</sup><http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/veiledninger/2009/ny-versjon-lovkommentar-til-plandelen-i-/kapittel-11-kommuneplan/-11-1-kommuneplan.html?id=556799>

planene vil gi en pekepinn på hvordan de to byene markedsfører seg og tilrettelegger for den kreative klasse og næringsliv. Et fokus på kultur og stedskvaliteter i kommuneplanen kan muligens føres tilbake til Floridas teori om den kreative klasse og people climate, men dette må undersøkes nærmere. På samme måte må det undersøkes om et fokus på næringsliv kan føres tilbake til klyngeteori. Som nevnt tidligere, har jeg i tillegg til de ulike planene gjennomført intervjuer med politikk-utformere i begge kommuner. Slik har jeg dannet meg et bilde av hvordan Arendal og Grimstad bruker de ulike strategiene i praksis, og dermed kommet et steg nærmere et svar på forskningsspørsmål 1a og 1b.

## **4.2 Arendal**

Kommuneplanen til Arendal har følgende tittel: *"Varm, stolt og utadvendt."* Arendal skal framstå som romslig og inkluderende, og legge vekt på å ivareta alle innbyggernes verdighet. Planen legger grunnlag for positiv samhandling med næringslivet og andre offentlige myndigheter. I de påfølgende delkapitlene vil jeg se nærmere på hvordan Arendal tilrettelegger for den kreative klasse og næringsliv. Arendals kommuneplan er organisert på en slik måte at hvert kapittel i planen har ulike delmål som igjen har konkrete tiltak som skal bidra til å realisere delmålene.

### **4.2.1 Tilrettelegging for den kreative klasse i Arendal**

Kapittel 2 i Arendals kommuneplan er viet byens utviklingsstrategi. I dette kapittelet er det et delmål som retter seg inn mot kultur, men det er også noen av delmålene som har fokus på boligbygging og næringsliv. Delmålet som retter seg mot kultur legger vekt på å skape og videreutvikle et kulturliv som bidrar til høy livskvalitet, økt tilflytting og som styrker identitet og tilhørighet. Kommunen vil dermed legge til rette for et rikt og variert kulturliv og bruke kultursatsingen som et virkemiddel for å øke byen og kommunens attraktivitet.

Jeg vil bruke deler av kulturplanen som Arendal har utarbeidet, men jeg vil først og fremst ha fokus på kapittel 6 i kommuneplanen som omhandler kultur, fordi jeg mener at dette kapittelet gir et bedre helhetsbilde av kultursatsingen i Arendal. I kommuneplanens kapittel 6



markedsfører Arendal seg som byen med *"Kultur for alle hele året."* I Arendal intervjuet jeg næringssjefen som la vekt på følgende i forhold til kultur:

*Det viktigste slik jeg ser det er at man har mulighet til å fortsette å dyrke sine fritidsinteresser hvis man flytter til Arendal. Man trenger ikke bo i Oslo for å ha tilgang til et rikt kulturliv. I Arendal har vi alle de samme forestillingene som man har i Oslo. Vi har også mange sportslige aktiviteter i Arendal som håndball, fotball og turn. Jeg mener at dette er kultur selv om kanskje noen er uenige med meg i dette.*

I kulturplanen står det at hvis Arendal skal oppfylle sin rolle som fylkeshovedstad, spiller kulturlivet en viktig rolle. I Arendal har det ifølge kulturplanen gjennom flere år vært et godt og kreativt samarbeid mellom det frivillige kulturlivet, næringslivet og kommunen. Dette har vært viktig for utviklingen av de store festivalene. Kulturplanen legger i tillegg vekt på at det i fremtiden vil være viktig å bygge videre på dette samarbeidet.

I kommuneplanens kapittel 6 er det flere delmål som omhandler kultursatsing. Det første lyder slik: *"Alle barn og unge skal kunne delta i kultur- og fritidsaktiviteter."* Kommunen fokuserer på å styrke innsatsen i sentrum blant annet gjennom videreutvikling av Kilden som er et kulturhus for barn og unge. Videre ønsker kommunen å bruke skolen til å spre informasjon om ulike aktiviteter og kulturarrangementer som er velegnet for ungdom. Kommunen vil også videreutvikle kulturskolen som lokalt ressurscenter innen musikk, drama og teater i samarbeid med barnehager, skoler, menigheter og lag og foreninger.

Det andre delmålet har fokus på å *"Støtte opp om lag og foreninger og annet frivillig arbeid, samt samarbeide med dem på en best mulig måte."* Kommunen ønsker å legge til rette for og helst bedre rammevilkår for lag og foreninger gjennom gode driftstilskudd og tilskudd til arrangementer og prosjekter. I tillegg legges det vekt på å hjelpe lag og foreninger, band, kor og korps med møte og øvingslokaler. Kommunen ønsker også å opprettholde gratisprinsippet i kommunale bygg og anlegg for alle lag og foreninger. Et tredje delmål tar for seg satsing på friluftsliv, idrett og fysisk aktivitet for alle. Kommunen ønsker å gi plass til utradisjonelle idretter og å videreutvikle Arendal idrettspark. Naturen som Arendal er omgitt av, er viktig i denne strategien. Kommunen vil videreutvikle kyststiene, og ved utbygging av større boligfelt skal det arbeides for å skape tilknytning til turløypenettet. Et fjerde delmål i kapitlet legger vekt på at *"Kunst- og kulturinstitusjonene skal medvirke til at Arendal blir en*

*synlig by.*" I kommuneplanen står det ikke noe om hvem de ønsker å gjøre byen synlig for, og man kan spørre seg om det er innflyttere, turister eller bedrifter de ønsker at skal få opp øynene for Arendal. Når det gjelder å gjennomføre dette delmålet i praksis har Arendal fokus på å utvikle biblioteket som møteplass og døgnåpen kunnskaps- og kulturarena. I tillegg vil kommunen sikre Arendal kulturhus et økonomisk fundament for fortsatt å kunne være et regionalt kulturhus med høy kvalitet. I forhold til kunstgallerier legges det vekt på å videreutvikle Bomuldsfabrikken kunsthall som en nasjonal arena for nyskapende kunst, og i tillegg stimulere kulturarrangement i kirkene.

Et femte delmål i kapittel lyder slik: *"Bruke kunst og kultur som virkemiddel i byutviklingen."* Den første strategien som nevnes for å få til dette i praksis, er å gi kunstnere gode arbeidsvilkår. Den andre er å berike og stimulere innbyggere gjennom møter med aktivt skapende kunstnere. Den tredje fokuserer på å videreutvikle satsingen på festivaler og arrangementer, også med internasjonalt fokus. I tillegg ønsker kommunen å bruke kunstprosjekter for å skape levende byrom og forskjønne disse. Det presiseres at innbyggere og tilreisende skal kunne delta og oppleve kultur og fritidsaktiviteter uavhengig av økonomisk, sosial eller kulturell tilhørighet. Byplanleggeren i Arendal legger imidlertid vekt på at han synes det burde brukes mer penger på kulturtiltak. Han hevder at mange politikere ser på kultur som et luksustilbud. Hvis det er behov for å spare penger er kultur det første man kutter bevilgningene til. Det er en viktig milepæl at kulturhuset ble bygd i Arendal, men det må fremdeles drives på en god måte. I kulturplanen støttes holdningen til byplanleggeren. Kulturplanen legger vekt på at en videreutvikling av kulturlivet i Arendal vil kreve ytterligere økonomisk satsing på området.

I kommuneplanen er det også et kapittel som omhandler internasjonalisering. I dette kapittelet står det at Arendal har et ønske om å være en internasjonal by med internasjonale virksomheter og en internasjonal befolkning. Et av delmålene lyder slik: *"Regionen er attraktiv for internasjonal arbeidskraft med høy kompetanse."* I praksis arbeider kommunen for å videreføre et internasjonalt undervisningstilbud i grunnskole og videregående skole. Arendal ønsker også å styrke sin posisjon som FN-by.

#### 4.2.2 Tilrettelegging for næringsliv i Arendal

I Arendals kommuneplan er det i hovedsak kapittel 7 som omhandler næringsutvikling, selv om kapittel 2 også har noen punkter som berører dette temaet. I kapittel 2, som tar for seg Arendals utviklingsstrategi, har kommunen et delmål som fokuserer på høy takt i boligbyggingen. For å oppnå dette vil Arendal sørge for at gjennomsnittlig boligbygging i planperioden er minst 275 boenheter pr. år. Kommunen ønsker å ha en variert boligbygging i forhold til pris, utforming og størrelse og samtidig sikre god arealutnytting. Arendal har i tillegg fokus på å skape gode etableringsmuligheter for unge mennesker. Videre har kommunen et delmål som legger vekt på at Arendal skal være et attraktivt sted for næringslivet. Kommunen vil bidra til at nye områder tilrettelegges for næring for slik å skape grunnlag for vekst og nyskapning. Arendal ønsker også å tilrettelegge for videreutvikling av handels- og servicetilbudet med sikte på å oppnå god kvalitet og stor bredde.

I kommuneplanens kapittel 7, som har tittelen "*vekst og verdiskapning*", markedsfører Arendal seg som en av Norges beste næringslivskommuner. Dette kapittelet legger vekt på at vekst skaper optimisme og framtidstro. Den bidrar til investeringsvilje, og nye arbeidsplasser etableres ved nyskapning og knoppskyting. Vekst gir i seg selv et konkurransefortrinn for næringslivet, og i Arendal fokuseres det på å tiltrekke kompetent arbeidskraft til distriktet. I intervju med næringssjef i Arendal spurte jeg hva som er de viktigste punktene i Arendals strategi for næringsutvikling. Næringssjefen svarte følgende:

*Vi har tre hovedområder i vår strategi for næringsutvikling: For det første, riktig boligbygging. For det andre, legge til rette for gode næringsarealer da vi forventer en vekst fremover på dette området i Arendal. For det tredje, satse på kulturopplevelser og kulturarrangementer.*

I forhold til boligbygging legger næringssjefen vekt på at riktig boligbygging betyr at kommunen har en blandet boligmasse og gode botilbud til ungdom, enslige, familier og pensjonister. I tillegg er det et mål om å bygge 2000 nye boliger innen en kilometers radius fra rådhuset.

Det første delmålet i kapittel 7 lyder slik: "*Arendal ønsker å fremstå som en forutsigbar og effektiv samarbeidspartner for næringslivet.*" Måten kommunen vil få til dette på, er å sikre den politiske ledelsen en sentral rolle i kommunens næringsutviklingsarbeid med

en tydelig rollefordeling mellom politisk og administrativ ledelse. Videre ønsker kommunen å formalisere kontakten mellom næringsorganisasjonene og den politiske ledelsen. Samtidig er det viktig for kommunen å gi hurtig tilbakemelding og god service til næringslivet når det gjelder vilkår og kvalitet for planavklarte næringsarealer. Infrastrukturen har også en viktig plass i kapittelet om vekst og verdiskapning. Arendal kommune vil jobbe aktivt for en ny og trygg E18 mellom Arendal og Tvedestrand og en ny kystjernbane. Slik det er i dag, går Arendalsbanen inn i landet i stedet for langs kysten, og det er veldig kronglete å komme seg til Oslo og Stavanger ved hjelp av tog.

Kommunens andre delmål legger vekt på å *"Tilby konkurransedyktige næringsarealer for eksisterende næringsliv og for tilflytning av nye bedrifter."* En viktig del av denne strategien er å opparbeide god infrastruktur som kan være med på å forenkle transport av ulike varer, men også i forhold til arbeidskraft. Kommunen ønsker å ha et stort tilbud av næringsarealer med ulike kvaliteter og lokalisering rundt forbi i kommunen. Et viktig punkt er å areal-effektivisere bruken av eksisterende næringsområder. En av grunnene til dette er at kommunen ønsker å ta vare på verdifulle jordbruksarealer, men også videreutvikle de urbane kvalitetene i Arendal sentrum (Byplanlegger i Arendal kommune).

Et tredje delmål i kommuneplanen er å *"Utvikle konkurransefortrinn innenfor bærekraftig næringsutvikling."* For å fremme en slik strategi er det viktig å la gode miljøvalg inngå som et vesentlig konkurranseelement ved anskaffelser. Det er imidlertid vanskelig å vite hva kommunen mener med anskaffelser ettersom det ikke spesifiseres hva slags anskaffelser det snakkes om. Videre legger kommunen vekt på å samarbeide med innbyggere, næringsliv og ulike organisasjoner i miljøsatsingen. I tillegg er det viktig for kommunen å stimulere produktutvikling knyttet til gode miljøvalg og bærekraftig utvikling. Hva dette betyr i praksis, sies det heller ingenting om i kommuneplanen, og det er slik vanskelig å vite hva som egentlig menes.

Et fjerde delmål i kommuneplanen tar sikte på å *"Styrke offentlige og private virksomheter i Arendalsregionen."* For å lykkes med dette vil kommunen ta vare på Sørlandets sykehus Arendal som et fullverdig akuttsykehus og videreutvikle det helsefaglige miljøet i regionen. Kommunen ønsker også å legge forholdene til rette for videreutvikling av statlige fagvirksomheter og være et attraktivt lokaliseringssted for nye bedrifter og virksomheter. I tillegg har kommunen planer om å iverksette et arbeid for å studere

muligheter og forutsetninger for å styrke tilgangen på arbeidsplasser i kommunens østlige deler. Arendal Øst har ifølge byplanleggeren jeg intervjuet i Arendal kommune noen av landets dårligste levekår, og skolene på Arendal Øst har også et dårlig rykte.

Et femte delmål i kommuneplanen er å *"Styrke Arendals posisjon som etableringssted for kompetansebasert næringsliv."* I praksis betyr dette at kommunen vil følge opp intensjonen i regionplan for Agder som legger vekt på verdiskapning bygd på kunnskap. Kommunen vil sammen med næringslivet jobbe for at UiA Campus Grimstad skal videreutvikle seg til å bli et nasjonalt senter for anvendt teknologi. I tillegg fokuseres det på å forsvare landsdelens topposisjon i gründerevne og nyetablering samtidig som det fortsatt skal satses sterkt på ungt entreprenørskap.

Videre ønsker kommunen å videreutvikle det interkommunale samarbeidet om gründer-rådgivning i etablerersenteret IKS, samtidig som man sikrer veksthusmiljøer for etablering av nye kompetansebaserte virksomheter. I intervju med næringssjefen spurte jeg om hvordan han tror at Arendal oppfattes av bedriftsledere og gründere som lokaliseringssted for næringsvirksomhet. Næringssjefen ga uttrykk for at han tror Sørlandet blir oppfattet som et positivt sted av de fleste, selv om noen kanskje synes at ting går litt tregt der. Han la imidlertid vekt på at man må jobbe like hardt for å lykkes i Arendal som i Oslo.

Et sjette delmål i kapittel 7 i kommuneplanen er knyttet opp mot reiseliv og lyder slik: *"Styrke Arendal som opplevelsesby og reisemål."* Kommunen ønsker med dette å legge til rette for produktutvikling og etableringer i opplevelsesindustrien. Arendal er opptatt av å ta vare på utviklingspotensialet i de store begivenhetene. Akkurat hvilke begivenheter det er snakk om, nevnes ikke, men det er grunn til å tro at det siktes til de store musikkfestivalene som arrangeres hver sommer i Arendal: Hovefestivalen og Canal Street.

Et syvende delmål legger vekt på å *"Videreutvikle handelsbyen Arendal."* I praksis betyr det at Arendal ønsker å styrke sine urbane kvaliteter, dvs. å skape et levende sentrum med mangfold i handels- og opplevelsestilbudet. I tillegg ønsker kommunen at kjøpesentrene som ligger utenfor Arendal langs E18-traseen skal kunne konkurrere med Sørlandsparken som ligger utenfor Kristiansand. Denne politikken er kanskje litt selvmotsigende hvis kommunen ønsker å opprettholde handelen i sentrum. For Arendal er det viktig å opprettholde et godt dagligvare- og servicetilbud nær boområder i alle deler av kommunen for å redusere transportbehovet og sikre eldre menneskers behov. Når det gjelder landbruksnæringen har

Arendal et mål om å sikre og videreutvikle denne næringen. Arendal ser på landbruket som en viktig del av samfunns- og næringsutviklingen i kommunen, slik kommunedelplanen for landbruk legger opp til. Arendal kommune ønsker derfor å ha et aktivt jordvern som skal sikre framtidig matvareproduksjon og matvaresikkerhet.

#### **4.2.3 Begrunnelse av planer og aktiviteter i Arendal**

Arendals kommuneplan har en målsetning om å klarlegge målene som kommunen styrer etter, og de strategier som skal følges for å kunne nå målene. I forhold til tidligere kommuneplaner er det lite fokus på enkelttiltak. I nåværende kommuneplan legges det derimot stor vekt på kommunens mål for viktige tjenestoområder som oppvekst, kultur, helse og omsorg. Planen skal legge grunnlag for positiv samhandling med næringslivet og andre offentlige myndigheter. Arendal skal kjennetegnes av at innbyggerne har høy bostandard og at kostnadsnivået for boliger er lavt. Det skal ifølge kommuneplanen bidra til å gjøre kommunen attraktiv.

I kommuneplanen legges det opp til at befolkningen skal ha tilgang til mange og varierte opplevelser. Begrunnelsen for denne målsettingen er at det skal bidra til høy livskvalitet for de som bor i Arendal, og for personer som ønsker å flytte dit. Hovedmålsettingen for Arendals utviklingsstrategier er *"Vekst i folketallet i Arendalsregionen minst på linje med veksten ellers i landet."* Mye av kommuneplanen er bygd opp rundt dette målet. I kommuneplanen står det at en økning i befolkningsveksten i seg selv er positivt fordi det betyr at livskvalitet og levekår bedres og at omdømmet til byen styrkes gjennom optimisme og vekst.

For å vite mer om hvilke tanker og ideer som ligger bak utformingen av kommuneplanen, intervjuet jeg en byplanlegger i kommunen. Byplanleggeren legger vekt på at kultursatsing er en viktig del av strategien for å rekruttere nye personer til Arendal. De som jobber i kulturretaten, kjenner godt til Richard Florids teorier. I kommuneplanen satses det på å gjøre Arendal attraktivt som bosted. For å være et attraktivt bosted må Arendal ha alle fasiliteter folk ønsker seg, ikke bare det ene eller det andre, og derfor satses det bredt. Fokuset ligger først og fremst på at Arendal skal få en økt tilflytting fra alle samfunnsgrupper, ikke bare den kreative klasse. Når potensielle innflyttere ser på mulighetene for å flytte til Arendal

er det viktig at det er jobbmuligheter for begge. Når det gjelder kulturliv vil Arendal åpenbart ha noe mindre bredde enn de største byene i Norge, men Arendal har etter forholdene et mangfoldig kulturliv og noe for enhver smak (Byplanlegger i Arendal kommune).

Byplanleggeren sier videre at det er politisk uenighet om hva det skal satses på for å oppnå målet om økt tilflytning. Byplanleggeren mener det må brukes mer penger og satses bredere på kultur. I kommuneplanen er det fokus på kultur, men byplanleggeren synes det går for mye til idrett og for lite til ungdomsklubber og konserter. Han mener at politikerne må komme enda mer på banen i forhold til kultursatsing. Byplanleggeren sier at det er viktig for Arendal å skape en attraktiv by. Hvor man velger å bo er ifølge byplanleggeren en av de viktigste avgjørelsene i livet. Derfor er det viktig for Arendal å være attraktiv på alle områder. Byplanleggeren mener at steds kvalitetene har stor betydning. Hvorfor bo på et stygt sted når man kan bo på et vakkert sted? Byplanleggeren har selv to barn som har vokst opp i byen, og for å få dem til å flytte tilbake, må Arendal fremstå som et attraktivt sted hvor det er spennende å bo. Noen flytter kanskje til Arendal pga. jobbmuligheter, men for å beholde disse i byen er det viktig at Arendal kan tilby ulike aktiviteter. Hvis Arendal ikke har slike tilbud, vil disse personene etter hvert kjede seg og flytte til et annet og mer spennende sted.

På spørsmål om byplanleggeren har inntrykk av at strategier som satser på kultur fungerer i praksis, fikk jeg følgende svar:

*Tall fra befolkningsutviklingen fra 2000-2004 viste at Arendal hadde en nettoutflytting. De siste fire årene har vi imidlertid hatt rundt pluss 500 hvert år. Jeg mener at dette er en effekt av Arena-senteret og kulturhuset som stod ferdig i begynnelsen av 2005. Arendal har greid å vokse og er ikke lenger kjent som "byen med rudebilstasjonen."*

Tallene byplanleggeren oppgir stemmer ganske godt overens med tall fra SSB, selv om Arendal i 2009 hadde en nettoinnflytting på bare 269 personer, og noen av årene fra 2000-2004 var preget av nettoinnflytting. Når det gjelder perioden 2008-2012 ligger tallene på rundt 500 pluss minus.<sup>11</sup> Planleggeren presiserer imidlertid at det også er viktig å skape alle slags arbeidsplasser i kommunen. Han har videre fokus på å skape fortetting i bysentrum og ha en variert boligmasse, men han gir som nevnt æren til kulturhuset og Arena-senteret for

---

<sup>11</sup> <http://www.ssb.no/emner/02/02/folkendrhist/tabeller/tab/0906.html>

den positive utviklingen i flyttemønsteret. På spørsmål om det finnes en egen ide eller plan for markedsføring av Arendal ga byplanleggeren uttrykk for at han har sett lite til slike planer og ideer. Byplanleggeren trekker frem hvordan kommunen utformer sine stillingsannonser; de fremstår, ifølge ham, som hjelpeløse. Arendal reklamerer ikke nok med stedskvalitetene sine. Det er viktig å fremheve hva som er kvalitetene ved å bo i Arendal kontra andre steder.

Som nevnt står det i kommuneplanen at Arendal arbeider for å tiltrekke seg kompetent arbeidskraft til distriktet. Dette gjør de både ved å skape gode bosteder og en spennende by, men også ved å legge til rette for bedrifter som ønsker å slå seg ned. Byplanleggeren hevder at det er kvalitetene til Arendal som by som er viktig for å trekke folk til Arendal, og at innflyttere kommer seg inn i et nettverk og blir kjent med nye personer på stedet, mens en del i administrasjonen mener at det er jobbmuligheter og tilrettelegging for bedrifter som er det sentrale. I kommuneplanen er det mest fokus på å vokse ved hjelp av næringslivet, selv om kultur og stedskvaliteter også er tilstede, ifølge byplanleggeren. Det ser slik ut til at det er ulike synspunkt innad i kommunen om hva man skal satse på i utviklingen av Arendal.

#### **4.2.4 Analyse av planer og aktiviteter i Arendal**

I denne analysen vil jeg diskutere i hvilken grad teori om den kreative klasse og næringsklynger har vært begrunnelser for planer og aktiviteter i Arendals kommuneplan. Først og fremst vil jeg understreke at begrepene den kreative klasse og næringsklynger ikke brukes i kommuneplanen hverken i Arendal eller Grimstad. Det trenger imidlertid ikke å bety at en slik tankegang er fraværende. Slik jeg ser det, er det flere av delmålene i kommuneplanen som gir assosiasjoner til Florida, både i utviklingsstrategikapittelet og kulturkapittelet.

Arendal har som nevnt fokus på å legge til rette for et kulturliv som bidrar til høy livskvalitet og økt tilflytting. Med et slikt mål har Arendal tro på at et bra kulturliv kan være med på å bidra til at folk ønsker å slå seg ned i byen. Det trenger nødvendigvis ikke være kulturlivet alene som skal føre til økt tilflytting i Arendal, men det er helt klart at dette spiller en viktig rolle i markedsføringen av byen. En slik tankegang minner, slik jeg ser det, om Florida og hans kreative klasse teori. Delmål fire og fem i Arendals kommuneplan går ut på å bruke kunst og kultur som virkemiddel i byutviklingen og at kunst og kulturinstitusjonene



skal medvirke til at Arendal blir en synlig by. Arendal har i tillegg et ønske om å være en internasjonal by. Som nevnt mener Florida at musikkscener, teater og kunstgallerier er viktig for den kreative klasse. Florida skriver også om viktigheten av å være kosmopolitisk. Internasjonalisering kan være en del av sistnevnte, men slik det fremstår i kommuneplanen, ser det ikke ut til å være inspirert av Florida.

I kommuneplanens kapittel om internasjonalisering er det først og fremst fokus på å fasilitere folk fra utlandet som får seg jobb i Arendal enn en ambisiøs strategi fra kommunens side for å gjøre byen kosmopolitisk. Slik jeg ser det trenger ikke alle strategier som fokuserer på kultur, nødvendigvis være relatert til den kreative klasse. Noen av punktene i kommuneplanen som omhandler kultur, er muligens ikke relevante i forhold til den kreative klasse, selv om den kreative klasse i noen grad kan ha ulike preferanser. Jeg sikter da til delmål to og tre i kommuneplanens kapittel 6 som omhandler støtte til foreninger og lag og satsing på idrett og fysisk aktivitet for alle. Slik jeg ser det er ikke disse strategiene rettet mot den kreative klasse. Muligens er det heller en satsing på trivsel blant innbyggerne i Arendal. Det kan imidlertid hende at noen av de som tilhører den kreative klasse og har barn, ser på dette som attraktivt, men generelt er ikke dette strategier som er relevante i forhold til Floridas teorier.

I hvilken grad Arendal bruker teorier inspirert av Florida kan nok avhenge av øyet som ser, men jeg vil argumentere for at det er en tendens til at noe brukes og noe forkastes. Det virker ikke som at Arendal driver en rendyrking av kreativ klasse-teorier. Momenter som styrker denne påstanden er det Florida skriver om at de kreative sentrene ikke har behov for tilgang til naturressurser og transportruter, og det er heller ikke slik at lokalpolitikere iverksetter spesielle økonomiske incentiver for å få bedrifter til å slå seg ned i området. Arendal har imidlertid ulike hjelpeordninger for nystartede bedrifter, men disse ordningene skiller seg ikke nevneverdig ut fra det andre byer tilbyr, siden det i hovedsak er Innovasjon Norge og ulike regionale næringsfond som står bak disse ordningene.

Arendal har et sterkt fokus på næringsutvikling og tilrettelegging for at bedrifter skal ønske å slå seg ned i Arendal. Hvis man følger Floridas tankegang hadde dette ikke vært nødvendig hvis kommunen hadde satset alt på å tiltrekke seg den kreative klasse, fordi disse tingene da ville skjedd av seg selv. Intervjuet med byplanleggeren tyder på at Arendal ønsker å legge til rette for den kreative klasse, selv om byplanleggeren skulle ønske at det ble gjort

mer. Jeg vil påstå at det Arendal gjør, er et forsøk på å prøve å få til noe nytt uten å ta for stor risiko. Arendal prøver å bruke Floridas teorier om den kreative klasse, men samtidig ser det ut til at de ikke stoler helt på at det kan være det eneste satsingsområdet i næringsutviklingen. Det er kanskje et generelt fenomen at teorier sjeldent brukes i sin reneste form, men at de bygger på en idealtipe som ofte ikke finnes i virkeligheten.

Når det gjelder klyngeteori er det lite som tilsier at dette har vært sentralt i arbeidet med kommuneplanen. Det er først og fremst tradisjonelle virkemidler som brukes i Arendals tilfelle for å tiltrekke seg investeringer utenfra. Så godt som ingen av strategiene i kapittel 7 som omhandler vekst og verdiskapning, gir assosiasjoner til klyngetankegang. Det eneste som nevnes og som kan være relevant i forhold til klyngetankegang, er satsing på UiA. Men dette nevnes bare med en kort setning, og det ser ikke ut til å være en viktig del av utviklingsstrategien til kommunen. Arendal har imidlertid bedrifter som er med i næringsklyngen Node, men kommuneplanen nevner ikke Node-samarbeidet i det hele tatt. Næringssjefen ga i intervjuet uttrykk for at han hadde kunnskap om næringsklynger, men han fremhevet ikke dette som en viktig del av næringsutviklingsstrategien til kommunen. Næringssjefen var først og fremst opptatt av å tilrettelegge arealer for nye bedrifter og bedrifter som allerede er i Arendal og ønsker å ekspandere.

Det ser ut til at Arendal i liten grad bruker teori om næringsklynger som inspirasjon i sine strategier for næringsutvikling. I Arendal er det først og fremst fokus på å tilrettelegge gode næringsarealer og næringsområder, noe som kan betegnes som en satsing på tradisjonelle innovasjonsvirkemidler. Når det gjelder Floridas teorier satser Arendal på å ha et attraktivt kulturliv med ulike aktiviteter. Det ser ut til at kommunen har hentet en del inspirasjon hos Florida, men det er også en del av satsingen som ikke er inspirert av Florida, for eksempel satsing på idrett og foreninger. I det store og det hele har Arendal et ganske jevnt fokus på både business climate og people climate.

#### **4.3 Grimstad**

I kapitlene som omhandler Grimstad vil jeg gå frem på samme måte som i Arendals tilfelle. Jeg vil først se på hvordan Grimstad tilrettelegger for den kreative klasse, deretter vil jeg ta for meg hvordan Grimstad tilrettelegger for næringsliv. Kommuneplanen til Grimstad har fire

satsingsområder: næringsutvikling, universitetsbyen, folkehelse og levekår og kommunen som organisasjon. Grimstad har dermed ikke et eget kapittel viet til kultur slik som Arendal. For hvert satsingsområde er det en kort innledende tekst med informasjon om temaet og noen utfordringer. Videre er det ifølge kommuneplanen hovedmål og delmål for temaene, samt presentasjon av ulike strategier som skal bidra til at kommunen lykkes med å realisere målene. Jeg kan imidlertid ikke se at det eksisterer noen hovedmål foruten de fire satsingsområdene i kommuneplanen. Jeg vil derfor bruke betegnelsen delmål i denne analysen siden alle målene i kommuneplanen er delt inn i A, B, C osv.

Slik jeg ser det kan målene i kommuneplanen bedre betegnes som påstander enn hva som gjøres i praksis. Eksempelvis lyder mål a), som omhandler næringsutvikling, slik: "Grimstad har et attraktivt bysentrum med særpreg." Mål b) lyder: "Grimstad kommune arbeider aktivt for regionalt samarbeid og utvikling." Siden kommuneplanen til Grimstad gjør bruk av påstander snarere enn hva som gjøres i praksis, er den for mitt formål litt mer uoversiktlig enn Arendals kommuneplan. For at jeg skal få gjennomført en meningsfull analyse vil jeg likevel forholde meg til disse påstandene som om de er målsettinger, ettersom de er ment å være nettopp dette.

#### **4.3.1 Tilrettelegging for den kreative klasse i Grimstad**

Kommuneplanen til Grimstad har stort fokus på den fysiske delen av byutviklingen. Som nevnt tidligere lyder delmål a) i næringsutviklingsdelen slik: *"Grimstad har et attraktivt bysentrum med særpreg."* Ifølge kommuneplanen var det tidligere en konflikt mellom den historiske delen av bysentrum og kjøpesenteret Odden som ligger en 5 minutters spasertur sørover fra det gamle sentrum. Denne konflikten har i det siste stilnet av, og det historiske sentrum og Odden fremstår i dag med felles interesser.

For å opprettholde og videreutvikle bysentrumet i Grimstad har kommuneplanen en rekke strategier som tar for seg hvordan man skal lykkes. Den første strategien som nevnes er å sikre Grimstad bysentrum som senter for detaljhandel og tjenesteyting. Den andre legger vekt på å bevare det historiske bysentrum som byidentitet og konkurransefortrinn. Kommuneplanen presiserer imidlertid ikke hva slags konkurransefortrinn det er snakk om. Den tredje har fokus på å skape god kontakt mellom byen og sjøen. Den fjerde omhandler

parkering. Grimstad ønsker å etablere parkering i fjell for å frigjøre arealer til tjenesteytende næring og boliger i havneområdene. Slik det er i dag, brukes store arealer langs havna til bilparkering. Det er også noen punkter i denne delen av kommuneplanen som omhandler arkitektur. Grimstad ønsker å skape et attraktivt byrom og sosiale møteplasser på området ved Oddensenteret og Sorenskrivergården som ligger 200 meter nord for Oddensenteret, langs sjøkanten. Det er også fokus på å skape en helhetlig arkitektonisk utforming.

Videre har delmål c) i kommuneplanen fokus på følgende: "*Grimstad utnytter særegne kvaliteter og muligheter.*" Videre står det at:

*Grimstad har ulike særegne kvaliteter, kvaliteter det er mulig å ta vare på og foredle, kvaliteter som både kan ha betydning for identitet og innbyggernes livskvalitet, men også når det gjelder markedsføring av kommunen regionalt og nasjonalt (Grimstad kommuneplan s. 15).*

Det nevnes flere ulike strategier som skal bidra til å oppnå delmål c), men det nevnes ikke spesifikt hva som er Grimstads steds-kvaliteter. Det sies heller ingenting om hvem Grimstad ønsker å markedsføre seg for, og man kan spørre seg om Grimstad ønsker å være attraktiv overfor innflyttere og bedrifter som ønsker å slå seg ned i området, eller om det er turister som er målgruppen.

Den første strategien som nevnes i forbindelse med delmål c), har fokus på å utarbeide og vedta en strategisk næringsplan i løpet av 2013. Den andre legger vekt på å ha god markedsføring av turistbyen Grimstad. Den tredje nevner gode ramme- og utviklingsbetingelser for campingplasser og reiselivs-anlegg. Den fjerde legger vekt på å ha en gjestehavn med god kvalitet og kapasitet. Den femte har fokus på å ta vare på jordbruksarealene. Videre er det noen punkter som tar for seg bevaring av skjærgården og overholdelse av byggeforbud i strandsonen, samtidig som man utvikler tilgjengelighet til og bruk av lokale naturkvaliteter for både fastboende og turister. Grimstad ønsker å videreutvikle innholdet i sykkelbyen Grimstad. Det vil si å legge enda mer til rette for sykling samtidig som det satses på sykling som idrett. I tillegg til fokus på sykling har kommuneplanen noen punkter som omhandler museumsvirksomheten og teateranlegget Fjæreheia. Ibsen og Hamsun er kanskje to av Norges mest kjente diktere, og de er en viktig del av kultursatsingen i Grimstad. Fra tid til annen har det vært vanlig å sette opp teaterstykker i steinbruddet Fjæreheia

som har blitt omgjort til en utendørs teaterscene. Kommunen har et ønske om å sette opp teaterstykker av Ibsen i Fjæreheia hvert år, ifølge lederen av Grimstad næringsråd. Han gir uttrykk for at det er viktig med kulturtilbud fordi det gir folk opplevelser. Grimstad er flinke til dette om sommeren. Veldig mange ting som skjer med ulike festivaler og lignende, men om vinteren er det relativt stille. Lederen av næringsrådet ga i intervju uttrykk for at:

*Grimstad er en veldig attraktiv by på mange måter. Boligområder i nærheten av sentrum er viktig fordi mange ønsker å bo i sentrum. Grimstad kan også markedsføre seg som en sørlandsby. I tillegg har man mulighet til å ha egen fritidsbåt, og kommunen kan tilby gode skoler og barnehager.*

Denne uttalelsen kan kanskje tyde på at Grimstad ønsker å tiltrekke seg flere innbyggere. Grimstad har et mål om å ha gode oppvekstvilkår for alle. I kommuneplanen står det at barn og unges levekår påvirkes av rammebetingelser som samfunnet gir, både i storsamfunnet og i nære relasjoner. Grimstad arbeider for å opprettholde full barnehagedekning med god kvalitet. Kommunen er i gang med å utarbeide en plan for bygging av nye skoleanlegg, og oppgradering av eldre skoleanlegg som tar utgangspunkt i utvikling av etablerte og nye bomiljøer. Videre ønsker Grimstad å legge til rette for sportslige aktiviteter i alle bydeler og på skolene.

#### **4.3.2 Tilrettelegging for næringsliv i Grimstad**

Grimstads utviklingsstrategi for næringslivet går ut på å målbevisst satse på kunnskap og skaperkraft for å møte fremtidens behov. I Grimstad er det fokus på å bli bedre på det man allerede er best til: *"Vilje til samspill mellom frivillig innsats, næringsliv, kommune, stat og fylke"* (Grimstad kommuneplan). Næringsutvikling og universitetsbyen er to viktige satsingsområder for Grimstad. I kommuneplanen står det at det utvikles nye og tradisjonelle næringer i byen, og globale, nasjonale og regionale utviklingstrekk påvirker utviklingen i Grimstad. Kommuneplanen legger vekt på at det er positivt når nye virksomheter med globalt perspektiv etablerer seg i Grimstad, men at det er en utfordring når bedrifter forsvinner eller flytter sin virksomhet. Kommunen tror at den nye E18 og UiA vil ha betydelig innvirkning på

næringsutviklingen i Grimstad. Ordføreren gir imidlertid uttrykk for at E18 ikke har gitt en umiddelbar gevinst i antall arbeidsplasser så langt. I kommuneplanen er det listet opp ulike utfordringer som Grimstad står overfor når det gjelder næringsutvikling. Det står blant annet at arealplanene i kommunen må ha langsiktige og forutsigbare rammer og at planbehandlingen skal være rask og effektiv.

Kommunen ønsker å tilrettelegge for industri og produksjonsbasert, plasskrevende næring på Østerhus industriområde og Omre industripark. Omre industripark er lokalisert langs E18, og det er kommunens satsningsområde i fremtiden. Det er imidlertid ikke etablert næringsvirksomhet på dette området enda. Ifølge kommuneplanene er fordelene med å satse på et stort næringsområde at virksomheter kan oppnå synergieffekter. Sammen med god tilgjengelighet fra E18 og sentral lokalisering midt i Agderbyen har Omre potensial til å bli et vellykket næringsområde.

Grimstad markedsfører seg som en attraktiv universitetsby, og det arbeides aktivt for at universitetet og næringsutviklingen på campusområdet skal lykkes. Det er også stort fokus på å få innbyggerne til å handle i Grimstad slik at handelslekkasje unngås. I tillegg er det en utfordring for kommunen å sikre at næringsvirksomheter forblir i Grimstad og ikke flagger ut. Ericsson har i en årrekke hatt kontorer i Grimstad. I oktober 2012 bestemte de seg imidlertid for at driften i Grimstad skal legges ned. Lederen av næringsrådet sa følgende om nedleggelsen av Ericsson:

*Et godt utdanningsmiljø har vært en av grunnene til at mange næringer har vokst i Grimstad. Ericsson har vært en slags hjørnestein, men det har nå vokst frem nye bedrifter som stadig utvikler seg. Det at Ericsson legges ned trenger ikke nødvendigvis være negativt. Nedleggelsen kan føre til at nye bedrifter spretter opp fordi man fremdeles har kompetansen i Grimstad.*

Grimstad har et mål om å jobbe aktivt for regionalt samarbeid og utvikling. Grimstad har en unik plassering midt i Agderbyen, og man har dermed mulighet til å samarbeide både mot øst og mot vest. Innbyggerne har slik mulighet til å velge arbeidsplass innenfor et stort regionalt arbeidsmarked. Grimstad er den eneste kommunen i Agder som ikke deltar i mer omfattende samarbeid med omkringliggende kommuner. For å lykkes med samarbeid og utvikling vil Grimstad jobbe aktivt for ett Agder og avklare Grimstads regionale tilknytning og rolle. I

tillegg ønsker kommunen å arbeide for gode kommunikasjoner både innen regionen og ut av regionen, herunder støtte arbeid for ny E18 mellom Arendal og Tvedestrand, utvikling av Kjevik Lufthavn og sammenkobling mellom Vestfoldbanen og Sørlandsbanen. Som nevnt tidligere er infrastruktur en viktig faktor for næringslivet. Siden det er flere internasjonale bedrifter i Arendal og Grimstad er det viktig å ha en velfungerende flyplass og veinett, slik at varer, arbeidskraft og handelspartnere enkelt kan komme seg inn og ut av regionen.

Delmål d) i kommuneplanens del som omhandler universitetet, lyder slik: *"Grimstad er en attraktiv universitets- og studentby."* Det hadde i flere tiår vært arbeidet for et universitet i Agder før UiA ble etablert 1. september 2007 med to campus, Kristiansand og Grimstad. UiA er kanskje den viktigste drivkraften i samfunns- og næringsutviklingen for hele regionen, ifølge kommuneplanen. I tillegg til universitetet er det lokalisert flere bedrifter innen teknologi, logistikk, energi, rådgivning og konsulentvirksomhet på campusområdet. Siktemålet for kommunen er at området Campus Grimstad skal bli et nasjonalt senter for anvendt teknologi hvor man får til en skapende synergi i skjæringspunktet mellom forskning, utdanning og kompetansebasert næringsliv i regionen. Det er et mål at de som arbeider og studerer på universitetet, skal være en integrert del av lokalsamfunnet. Kommunen skal legge til rette for god interaksjon mellom universitetet og lokalsamfunn gjennom arealplanlegging og ved at kommunen har en aktiv samfunnsutviklerrolle. Kommunen har videre et mål om at UiA skal være et sterkt universitet og en sterk regional utviklingsaktør.

I kommuneplanen står det at det i Agder finnes kunnskapsrike nettverk av bedrifter innen offshorebasert tjenesteindustri, informasjons- og kommunikasjonsteknologi og fornybar energi. Bedrifter i Aust-Agder har blant annet utviklet verdensledende teknologi knyttet til lastings- og lossingssystemer for olje og gass offshore. I en globalisert økonomi vil det være en sentral utfordring for hele Agder å skape arenaer og miljøer som kan bidra til å videreutvikle regional kunnskap og teknologi til internasjonale konkurransefortrinn. Campus Grimstad vil være viktig for å styrke en slik innovasjonsevne i regionen, og kommunen ønsker at UiA Grimstad gis en sentral plass i det regionale arbeidet for Agder. Kommuneplanen nevner imidlertid ikke hvilke nettverk og bedrifter det siktes til. Det hadde kanskje vært en fordel hvis kommuneplanen hadde vært litt mer presis på hva de sikter til på dette området, slik at de av byens innbyggere som er interesserte kan få mer oversikt over de ulike planene og aktivitetene det satses på i Grimstad. Fellesnevneren for universitetet og

næringsvirksomheten i campusområdet er at de har et sterkt teknologipreg. Delmål e) har fokus på at *"området campus Grimstad er et nasjonalt senter for anvendt teknologi."* I 2007 ble det fastsatt som mål at området skal utvikles til et nasjonalt senter for anvendt teknologi. I et langsiktig perspektiv betyr det at teknologi skal gjennomsyre alle fagområder i kompetansemiljøet. For å oppnå dette vil kommunen ta en aktiv rolle i tilrettelegging av et godt samspill mellom UiA, næringslivet og fylkeskommunen. Videre vil kommunen sikre ekspansjonsarealer i et langsiktig perspektiv for at universitetet og kompetanserettet næringsliv utvikles i campusområdet. En utfordring relatert til utviklingen av universitetet er, ifølge kommuneplanen, at UiA lykkes med å rekruttere studenter og forblir i Grimstad. I tillegg er det en utfordring å videreutvikle forskningsmiljøene og at næringsområdene sikres mulighet til utvidelse om de skulle ha behov.

Regionplanen Agder 2020 fastslår at videreutvikling av et effektivt samspill mellom UiA, offentlig sektor og næringsliv vil ha stor betydning for hele den regionale utviklingen i Agder.<sup>12</sup> For å lykkes med utviklingen vil kommunen ta en aktiv rolle i tilrettelegging av gode arenaer for samhandling mellom næringsliv, utdannings- og forskningsmiljøer, statlige virksomheter, fylket og kommunen. Kommunen vil bruke universitetsmiljøet aktivt i forhold til forretningsutvikling og tilrettelegging for en teknologisk utvikling.

Universitetet har vært med på å skape flere småbedrifter i byen. Noen begynner med et masterprosjekt som etter hvert utvikler seg til å bli en bedrift. Et eksempel på dette er bedriften Redrock som er lokalisert i Grimstad. I kapittel 5.6. gir jeg en utfyllende beskrivelse av Redrock og deres virksomhet. På spørsmål til lederen av næringsrådet angående hvordan Grimstad oppfattes som bosted av potensielle innflyttere med høyere utdanning, svarte han:

*Det er viktig at det er et attraktivt miljø i byen og kvalifiserte virksomheter som Universitetet. I tillegg har man arbeidsregionen Grimstad, Arendal og Kristiansand. Grimstad ligger ved sjøen og har et flott historisk sentrum, men man må nok ha en viss kjennskap til Grimstad for å velge byen.*

---

<sup>12</sup> <http://www.e-pages.dk/regionplanagder/2/>



En utfordring for Grimstad er, ifølge lederen av næringsrådet, å få inn helt nye bedrifter og kompetanse for å øke bredden på næringslivet. Grimstad har muligens ikke vært veldig flinke til å markedsføre seg overfor nye bedrifter. Dagens fokus ligger i hovedsak på å styrke de bedriftene og den kompetansen som allerede finnes i byen. Pr. i dag eksisterer det ikke en spesifikk strategi på å tiltrekke seg bedrifter utenfra.

#### **4.3.3 Begrunnelse av planer og aktiviteter i Grimstad**

Den overordnede visjonen til Grimstad lyder slik: "*Grimstad – med vilje og viten.*" Dette er i seg selv en ganske abstrakt formulering som sier lite om hvilket mål kommunen har. Kommuneplanen utdyper imidlertid at de ønsker å forene krefter slik at Grimstad skal klare mer enn det som forventes av en liten by. Grimstad vil kombinere småbyens opplevelse av nærhet og tilhørighet med mangfold og valgfrihet fra større steder. For den som ønsker begge deler, er målet til Grimstad å skape Norges beste sted å bo – en åpen og romslig skjærgårdsby med gode muligheter for utdanning, jobb og fritid. Planen har slik stort fokus på byens steds kvaliteter.

Kommunen begrunner mange av planene sine med at de ønsker å utvikle byen gjennom målbevisst satsing på kunnskap og skaperkraft for å møte framtidens behov. Grimstad skal være en drivkraft i utviklingen av Sørlandet som region og et eksempel på alt som kan oppnås med privat-offentlig partnerskap. Prognosene for befolkningsutviklingen i Grimstad tilsier en fortsatt vekst, og kommunen har derfor lagt perspektivet Grimstad 2035-30.000 innbyggere til grunn for kommuneplanarbeidet.

Når det gjelder kultur og kultursatsing har ikke dette en fremtredende plass i Grimstads kommuneplan. I intervju med enhetsleder i planavdelingen ble jeg fortalt at det var et bevisst politisk valg fra ledelsen i kommunen å redusere kulturens plass i kommuneplanen. Hun sier at Grimstad tidligere satset på kultur ved å kalle seg "*Dikternes by*", men at det var begrenset suksess med denne satsningen. Kommunen gikk derfor bort i fra å ha et sterkt fokus på dette, selv om dikternes by fremdeles nevnes i nåværende kommuneplan. Enhetslederen sa imidlertid ikke noe om hvordan de kom frem til denne konklusjonen og på hvilken måte denne satsingen var en begrenset suksess. Selv om det ikke er et eget kapittel som omhandler

kultur, påpeker enhetslederen for planavdelingen at det er en del som skjer på kultursiden i Grimstad, bl.a. kortfilmfestival, sykkelfestival og nytelsesfestival.

I Grimstad er flere av politikerne negative til å bruke store summer på kultur. Ordføreren gir uttrykk for at han er misfornøyd med kultursatsingen i Grimstad; andre kommuner har fått til mye mer enn Grimstad på dette området. I Grimstad er mange veldig negative til store kultursatsinger, mer negative enn i andre sørlandsbyer. Ethvert kulturprosjekt som koster mye penger, blir det debatt om. Dette skjer ikke andre steder ifølge ordføreren. I Grimstad har det vært stort fokus på Fjæreheia uten at det har blitt en stor suksess. I tillegg opplever Grimstad i dag baksiden av å være tidlig ute med bygging av kulturhus. Kulturhuset er i dag nester 30 år gammelt og kan ikke stille opp mot kulturhusene i Kristiansand og Arendal. På spørsmål om hva som kan få folk til ikke å bosette seg i Grimstad svarte ordføreren følgende:

*Jeg tror det er flere ting. Mange synes kanskje at arbeidsmarkedet er for lite, og en del ønsker kanskje å bo i en større by som Kristiansand. For noen kan nok Grimstad oppleves som en liten by med et relativt lite kultur- og underholdningstilbud.*

I forhold til arbeidsmarkedet er det viktig for Grimstad å ha en god satsing på universitetet og miljøet på campusområdet, ifølge ordføreren. Universitetet opptar en stor plass i kommuneplanen, og ordføreren begrunner dette med at kommunen har et mål om at UiA skal være senter for verdiskapning og at Grimstad har en langsiktig plan med områderegulering av Campus Grimstad. På spørsmål om hvor Grimstad henter sin inspirasjon fra til politikken som føres, svarte ordføreren følgende:

*Hovedutfordring er kanskje at vi ikke henter inn inspirasjon utenfra. Man får en veldig enkel diskusjon. Mye i Grimstad dreier seg om at en eller annen person mister utsikten pga. bygging av leiligheter eller næringslokaler. Jeg synes det er spesielt at mesteparten av Grimstads havnearealer blir brukt til parkering i stedet for kafeer og restauranter.*

Ordføreren gir uttrykk for at mye av kommuneplanen er lagt opp rundt et mål om at Grimstad skal være et godt bosted, men utdanning og arbeid er også grunnleggende kvaliteter, og kommuneplanen har derfor fokus både på stedsqualiteter, utdanning og næringsliv. Ifølge

ordføreren er det en del som velger Grimstad pga. steds-kvalitetene, men det betyr ikke nødvendigvis at dette er viktigere enn arbeid. Grimstads satsing på UiA vil føre til rekruttering av mange med høy utdannelse og doktorgrader. Ordføreren legger vekt på at Grimstad skal være en attraktiv småby med tilstrekkelige urbane funksjoner. Ifølge enhetslederen er det en utfordring å rekruttere arbeidskraft til Grimstad. De fleste som flytter til byen har en viss tilknytning til stedet, men kommunen har de siste årene brukt universitetet og satsing på næringsarealer som en viktig strategi for å tiltrekke seg flere folk. Kommunen ønsker å satse på nyutdannede personer for å få inn ny kompetanse. I kommuneplanen reklamerer Grimstad med at byen har arbeidsmarkedet Arendal, Grimstad og Kristiansand. Noen vil kanskje velge Grimstad pga. steds-kvalitetene der og i stedet pendle til Kristiansand eller Arendal, ifølge enhetslederen i planavdelingen.

Når det gjelder satsing på næringsarealer og universitetet begrunner enhetsleder for planavdelingen denne satsingen med at kommunen tror dette vil få positive ringvirkninger i form av flere arbeidsplasser og bedrifter. I intervjuet ga ordføreren uttrykk for at Grimstad har kapasitet i form av gode næringsarealer til å motta store bedrifter som ønsker å flytte virksomheten sin til Grimstad. Satsingen på næringsarealer har imidlertid ikke ført til en umiddelbar økning i arbeidsplasser. I Grimstad Adressetidende den 15. desember 2012 uttalte lederen av næringsrådet at Grimstad bare har skapt 570 nye arbeidsplasser de siste tolv årene, mens det ble skapt hele 14.000 nye arbeidsplasser i Kristiansandsområdet.<sup>13</sup> Tallene som næringssjefen viser til, er offisielle tall fra SSB.<sup>14</sup>

#### **4.3.4 Analyse av planer og aktiviteter i Grimstad**

Grimstad satser i kommuneplanen på det Florida betegner som steds-kvalitet. Ser man på Floridas punkter som tar for seg steds-kvalitet (presentert i kapittel 2.2.2), er det spesielt punkt a) som omhandler det som finnes på stedet, altså kombinasjon av bygningsmiljø og naturmiljø som det er fokus på i Grimstad. Det er også noe fokus på punkt b) som fokuserer på hvem

---

<sup>13</sup> <http://www.gat.no/nyheter/skaper-for-fa-arbeidsplasser-1.7686593>

<sup>14</sup> <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=SyssFagfUtdniv&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=arbeid-og-lonn&KortNavnWeb=regsys&StatVariant=&checked=true>

som er på stedet, altså mangfold av ulike mennesker, og punkt c) som legger vekt på hva som foregår i byen, for eksempel kunsttilbud, musikkscener og gateliv. Det er imidlertid mindre fokus på punkt b) og c) enn på punkt a) i Grimstads tilfelle. Et fokus på steds kvaliteter trenger imidlertid ikke bare være inspirert av Florida. Byer som har et fokus på utvikling, ønsker ofte å være attraktive for et bredt spekter av befolkningen, og steds kvaliteter kan være en del av en slik markedsføring. Jevnt over har Grimstad et mindre fokus på kulturaktiviteter enn i Arendal. Som nevnt var det et bevisst valg fra kommunens side å redusere kulturens plass i kommuneplanen.

Man kan få inntrykk av at Grimstad ikke har hatt en like offensiv satsing som Arendal i forhold til å tiltrekke seg nye mennesker. Grimstad har i de senere år hatt en positiv befolkningsvekst, og kommuneplanen antar at det vil være en positiv befolkningsvekst i årene fremover. Det er kanskje noe av grunnen til at Grimstad ikke har et stort fokus på å tiltrekke seg flere folk. I kommuneplanen ser det ut til at det først og fremst er fokus på å skape trivsel for de som allerede bor i byen, og de som ferierer der om sommeren. Jeg tenker da på at kommuneplanen legger vekt på å gi gode utviklingsbetingelser for campingplasser, gjestehavn og reiselivs anlegg.

Ifølge Florida er folk som bor i byer og bruker sykkel som transportmiddel, mer glade og mer kreative.<sup>15</sup> Grimstad satser sterkt på å være en sykkelby og på utbygging av gang- og sykkelstier. Det er liten grunn til å tro at dette er en bevisst strategi for å tiltrekke seg kreative mennesker. Det er muligens heller en utvikling som har skjedd fordi byen har hatt suksessrike syklistere, men man skal ikke se bort ifra at en slik kvalitet kan være attraktiv for folk fra den kreative klasse.

Ibsen-museet og arrangementer knyttet til Ibsen og Hamsun er tiltak som kan assosieres med Floridas teorier. Om det er Florida som har vært inspirasjonen til satsing på dette, er det imidlertid vanskelig å si. Av dem jeg intervjuet i kommunen, var det litt forskjellig hvilken kjennskap de hadde til Floridas teorier. Noen av dem hadde god kunnskap om temaet, mens andre hadde lite kjennskap til Florida og teori om den kreative klasse. Det var imidlertid ingen av politikk-utformerne i Grimstad som ga uttrykk for at den kreative klasse er et hovedsatsingsområde for Grimstad, selv om noen av planene muligens er inspirert av denne

---

<sup>15</sup> <http://www.theatlantic.com/national/archive/2011/06/americas-top-cities-for-bike-commuting-happier-too/240265/>

teorien. Grimstad har hatt fokus på Ibsen og Ibsen-museet lenge før Floridas bok kom ut i 2002. Det er likevel en mulighet for at Florida har blitt brukt som inspirasjon til å videreutvikle innholdet i satsingen på for eksempel Ibsen og Hamsun.

I Kommuneplanens satsing på tilrettelegging av arealer på det planlagte næringsområdet på Omre brukes begrepet synergieffekter. Slik kommunen bruker dette begrepet i planene, ser det ut til at de prøver å legge til rette for at det skal forekomme gunstige vekselvirkninger mellom økonomiske virksomheter på Omre. Synergibegrepet er vanlig å bruke når det er snakk om næringsklynger. Begrepet brukes imidlertid i ulike sammenhenger, men slik det brukes i kommuneplanen, kan det se ut til å være inspirert av klyngetankegang. Kommuneplanen legger vekt på å skape samhandling mellom forskning, utdanning og kompetansebasert næringsliv. En slik tankegang minner veldig om det jeg skrev i kapittel 2.6.4 om regionale innovasjonssystemer. Grimstad har slik jeg ser det et tydelig ønske om å være en aktør i en prosess hvor bedrifter, universitetet og kommunen har et tett samarbeid. Det virker sannsynlig at en slik målsetting er inspirert av teori om regionale innovasjonssystemer.

I kapittelet som tar for seg hvordan Grimstad tilrettelegger for næringsliv, skrev jeg at det finnes kunnskapsrike nettverk innen ulike bransjer i Agder-regionen, og det er en utfordring for Agder å skape miljøer og arenaer som kan bidra til å videreutvikle regional kunnskap og teknologi til internasjonale konkurransefortrinn. Regional kunnskap kan kanskje i dette tilfellet sammenlignes med taus kunnskap, altså kunnskap som er stedbunden og knyttet til enkeltpersoner eller miljøer i ulike bedrifter. Begrepene miljøer og arenaer gir assosiasjoner til local buzz. Buzz kan som kjent være med på å inspirere og gi viktig informasjon til aktørene i området. Jeg prøver ikke å argumentere for at campusområdet er en klynge, men i kommuneplanen ser det ut til at kommunen legger vekt på å skape en utvikling hvor man får et resultat hvor summen er større enn delene. Næringsutviklingsdelen i kommuneplanen har også fokus på ting som ikke er relatert til klyngetankegang, bl.a. et stort fokus på tilrettelegging av næringsarealer. Det blir dermed feil å si at Grimstad kun er inspirert av næringsklynger.

Jevnt over vil jeg si at kommuneplanen bruker klyngeteori som utgangspunkt i flere av planene i kapittelet om næringsutvikling, men det er også fokus på tradisjonelle innovasjonsvirkemidler som ikke er relatert til klyngetankegang. Samlet sett har Grimstad

fokus på både business climate og people climate, men hovedfokuset ligger på business climate. Noe av fokuset på people climate er muligens hentet fra Florida. Jeg tenker da først og fremst på kommuneplanens fokus på steds kvaliteter. I kommuneplanen er det imidlertid lite som tyder på at Grimstad har et sterkt ønske om å markedsføre seg for og tiltrekke den kreative klasse.

#### 4.4 Sammenligning av Arendal og Grimstad

Jeg har valgt å sette opp en tabell for å sammenligne hva jeg har kommet frem til i analysen av planer og aktiviteter i Arendal og Grimstads tilfelle. Funnene er selvfølgelig mer nyanserte enn dette, men tabellen forenkler og tydeliggjør forskjeller mellom Arendal og Grimstad i forhold til hvordan de tilrettelegger for den kreative klasse og næringsliv.

*Tabell 2 Inspirasjon til næringspolitikken som føres i Arendal og Grimstad*

Område	Inspirasjon til næringspolitikk	
	Florida og kreative klasse	Næringsklynger
Arendal	Noe	Lite
Grimstad	Lite	Mye

Analysen viser at det er forskjeller mellom Arendal og Grimstad når det gjelder hva de bruker som inspirasjon i næringspolitikken. Arendal bruker noen elementer fra Floridas teori om den kreative klasse i næringspolitikken, men generelt er ikke dette et hovedfokus i Arendal. Byplanleggeren i Arendal uttrykker som nevnt at det er uenighet om hva man skal satse på i Arendal. Grimstad på sin side bruker i mindre grad enn Arendal teori om den kreative klasse som inspirasjon. Grimstad har imidlertid fokus på Floridas steds kvaliteter punkt a), altså bygningsmiljøet og naturmiljøet, men slik det fremstår, er fokuset først og fremst på å skape trivsel for de som allerede bor i byen, i stedet for en markedsføring overfor potensielle innflyttere og den kreative klasse. I Arendal er teori om næringsklynger så godt som fraværende i næringspolitikken. Arendal konsentrerer seg først og fremst om å tilrettelegge for bedrifter og å tilby gode næringsarealer. Det er lite som tilsier at klyngeteori har blitt brukt som inspirasjon i politikk-utformingen i Arendals tilfelle. Grimstad har i likhet med Arendal

stort fokus på å tilrettelegge arealer for næringsutvikling, men Grimstad skiller seg ut fra Arendal på den måten at man fokuserer på å skape samspill og synergieffekter mellom de ulike aktørene. Jeg mener dermed å kunne påvise at Grimstad i stor grad bruker teori om næringsklynger som inspirasjon i planarbeidet, mens Arendal i liten grad bruker en slik teori som inspirasjon. Som jeg har vært inne på tidligere, er tilrettelegging av næringsarealer en satsing på tradisjonelle innovasjonsvirkemidler. Både Arendal og Grimstad deltar slik i et såkalt nullsumspill. Ordførerens utspill om at Grimstad kan ta imot store bedrifter som ønsker å relokalisere seg er også et eksempel på dette.

.

## 5 INTERVJUER AV BEDRIFTER OG DEN KREATIVE KLASSE

Ettersom jeg bruker teori om den kreative klasse og næringsklynger som et rammeverk for denne oppgaven var det naturlig å gjennomføre intervjuer med representanter for bedrifter og folk som tilhører den kreative klasse i Arendal og Grimstad. Intervjuene med bedriftene gir en detaljert beskrivelse av hvordan det er for høyteknologiske og kompetansebaserte bedrifter å være lokalisert i Arendal og Grimstad. Det samme gjelder intervjuene med den kreative klasse, som gir et innblikk i hva det er som har trukket disse personene til distriktet, og hvilke faktorer som har gjort at noen har blitt værende eller eventuelt flyttet tilbake. Som jeg skrev i metodekapittelet, har jeg gjort et strategisk utvalg av bedrifter og personer som tilhører den kreative klasse. Grunnen til dette, er at jeg mener et slikt utvalg kan være med på å belyse ulike sider av hvordan det er å være lokalisert i Arendal for bedrifter og beboere. Intervjuene legger imidlertid ikke et grunnlag for statistisk generalisering, men de legger grunnlag for å kunne si noe om hvorfor folk fra den kreative klasse velger å bosette seg i Arendal og Grimstad. Intervjuene i dette kapittelet danner utgangspunktet for analysen av forskningsspørsmål nummer to.

*2. Hva tiltrekker og frastøter den kreative klasse og næringsliv til ulike deler av Arendal og Grimstad?*

### **5.1 National Oilwell Varco**

National Oilwell Varco (NOV) i Arendal utvikler last og lossing systemer til offshore industrien. I begynnelsen het bedriften Advanced Production and Loading (APL), men bedriften endret navn til National Oilwell Varco etter at de ble kjøpt opp i 2011. I dag har bedriften 181 ansatte fra 15 ulike nasjoner. I intervju med personalsjefen spurte jeg om det var et bevisst valg å etablere bedriften i Arendal. Ifølge personalsjefen ble bedriften opprinnelig startet av tre studenter som hadde studert på NTNU i Trondheim, men de kom opprinnelig fra Arendal. Etter at de hadde fullført sine studier ønsket de å vende tilbake til sitt hjemsted. Det var først og fremst ønsket om å flytte tilbake som var hovedårsaken til lokaliseringen av APL



i Arendal. Business climate og eventuelle samarbeidspartnere var ikke en viktig faktor for de som startet bedriften. Personalsjefen gir uttrykk for at NOV ikke har et nært samarbeid med andre bedrifter i regionen selv om de er med i Node-klyngen. De har imidlertid et samarbeid med NTNU i Trondheim hvor de har mulighet til å låne og prøve ut testutstyr. I tillegg samarbeider de med UiA, avdeling Grimstad, spesielt når det gjelder mekatronikkstudiet, og flere av de ansatte har sin utdanning fra UiA. Jeg spurte personalsjefen hvilke fordeler og ulemper bedriften har ved å være lokalisert i Arendal? Hun svarte følgende:

*Infrastrukturen er til tider en ulempe for oss. Veiene er dårlige mange steder, og Arendal er ikke akkurat verdens navle. Det er en del sosialt som skjer i regi av NOV, men ellers er fritids- og restauranttilbudet i Arendal litt begrenset. En fordel med å være lokalisert i Arendal er imidlertid at de ansatte er mer trofaste enn for eksempel i Stavanger, og vi får mulighet til å bygge videre på den kompetansen vi allerede har i bedriften.*

Tomteprisen i Arendal er generelt mye billigere enn i for eksempel Stavanger og Oslo, men dette er av liten betydning for NOV siden de allerede eier bygget og tomta. NOV, avdeling Arendal har de fleste av sine kunder lokalisert i Brasil, Canada og Nordsjøen. Personalsjefen fremhever at det er viktig for regionen å jobbe sammen. Slik kan de være med på å påvirke de ulike bachelor- og masterprogrammene som tilbys på universitetet. En av professorene som er ansatt på UiA, avdeling Grimstad har også en stilling hos NOV.

På spørsmål om hva slags image den høyt utdannede arbeidskraften som NOV har behov for å rekruttere har av Arendal, svarte personalsjefen at: *"Det er alltid lettere å få folk til å flytte til Arendal hvis de har en tilknytning til stedet. For de fleste andre er Arendal bare en ferieby om sommeren."* Personalsjefen hevder at Arendal har mange positive sider som ikke nødvendigvis er relatert til image. For eksempel er det i Arendal lettere å få barnehageplass enn i mange større byer. Arendal er også en kompakt by slik at det er korte avstander og lite bilkø. I tillegg er den internasjonale skolen et viktig tilbud for utenlandske familier som bosetter seg i Arendal. Den nye E18 mellom Grimstad og Kristiansand har ført til at det er enklere å pendle, og man har et større arbeidsmarked å velge mellom enn tidligere. Når det gjelder hva som trekker høyt utdannet arbeidskraft til Arendal, svarte personalsjefen at hun tror det først og fremst er jobbmulighetene. Det er mange selskaper som har behov for ingeniører. Mange ingeniører har hørt om NOV, men de har kanskje ikke hørt om Arendal. En

ganske stor andel av Arendals befolkning jobber innenfor høyteknologisk næring. Ifølge en studie utført av Tinagli i samarbeid med Statens Vegvesen og Abelia jobber 5,65 % av de sysselsatte i Arendal innen høyteknologisk sektor. Dette gir Arendal en 18. plass på en liste over de kommunene i Norge som har størst prosentandel som jobber innenfor høyteknologisk næringsliv. For å sammenligne med Oslo er tallet 8,78 %, og dette kvalifiserer til en 9. plass (Tinagli 2012). Tinagli definerer høyteknologisk industri slik: næringer som fokuserer på forskning, design og produksjon av teknologiske produkter som elektroniske komponenter, datamaskiner, medisinsk utstyr, legemidler, fly og romfartøy. Indeksen inkluderer også relaterte tjenester som softwaretesting og andre høyteknologiske konsulenttjenester. Tallene som Tinagli bruker i studien, er fra 2007.

Personalsjefen i NOV jobbet opprinnelig i Sverige, men hun var på kurs i Grimstad i regi av Ericsson. Her ble hun tilbudt jobb. Hun takket ja på en betingelse: Bedriften måtte skaffe henne et hus med nær sjøen. Det gjorde de, og hun valgte å bli værende. I begynnelsen synes personalsjefen det var vanskelig å bli kjent med nye folk utenfor arbeidsplassen. Hun synes at:

*Det virker som om at mange av de sosiale relasjonene mellom fastboende er fastsatt etter at man har fullført videregående og at mange ikke er så veldig interessert i å få nye venner, men det finnes selvfølgelig unntak.*

En viktig faktor for mange når de slår seg ned et nytt sted er boligmarkedet. På spørsmål om hvordan boligmarkedet er for de nye ansatte i bedriften, svarte personalsjefen at en av fordelene ved å være bosatt i Arendal er at boliger er billigere enn i Stavanger og Oslo. I Arendal får man en stor enebolig til samme pris som en liten leilighet i Oslo, men om folk vil bo ved sjøen er det dyrt uansett.

NOV sponser flere kulturtilbud i byen. Blant annet kulturhuset og Canal street. Personalsjefen mener at kulturlivet i byen er positivt for byens image. Hun sier videre at det virker som om kommunen er aktiv og prøver å dra i gang kulturarrangementer. Videre hevder personalsjefen at om man velger å bli boende i Arendal er det positivt at det er et bredt kulturtilbud, men de fleste byer har et kulturhus så det i seg selv er ikke så spesielt. Det er ifølge henne vanskelig å argumentere for at kulturlivet i Arendal bidrar til å tiltrekke seg personer til distriktet, men det kan være en avgjørende faktor for om man velger å bli. På

spørsmål om hvordan mulighetene er for å rekruttere høyt utdannet, utenlandsk arbeidskraft til Arendal, og om en slik arbeidskraft opplever problemer med å bli integrert i samfunnet, svarte personalsjefen følgende:

*Det er mange fra utlandet som søker hos oss. Noen kjenner stedet fra før, men de fleste søker nok fordi de kjenner til NOV. Tilstanden i Europa gjør også at det er mange som søker seg til Norge. Vi har noen hos oss som opprinnelig kommer fra en millionby i India, og de gir uttrykk for at de til tider synes det er litt kjedelig å bo i Arendal.*

Personalsjefen nevner imidlertid organisasjon Ubuntu som et positivt tiltak for de i bedriften som kommer fra utlandet. Ubuntu er en multikulturell organisasjon hvor utlendinger, først og fremst folk som kommer til Arendal for å arbeide, får kontakt med andre personer i samme situasjon. Flere av de ansatte i bedriften har fortalt at de er veldig fornøyde med Ubuntu.

## **5.2 Gard**

Gard AS ble startet i 1907 og er verdens største sjøforsikringsselskap. Skipsrederne i området gikk sammen fordi de ønsket seg en ansvarsforsikring for skipene sine. Grunnen til at de gjorde dette var for å dele risiko. I 2000 utvidet Gard seg til nye områder som forsikring på installasjoner som brukes på oljeplattformer. Bedriften etablerte seg i Arendal i 1907 fordi det var her det var behov for forsikring ettersom sjøfarten var en stor næring i dette området. I begynnelsen var det bare lov til å forsikre seilskip i Gard. Det var ikke mulig å forsikre dampskip. Etter hvert som man gikk bort fra seilskip i shippingindustrien, ble sjøfartsnæringen betraktelig redusert i Arendal og på Sørlandet. Likevel overlevde Gard, og i dag er de som nevnt en verdensledende aktør på sitt område.

De viktigste samarbeidspartnerne til Gard er aktørene i shippingbransjen. Noen av kundene til Gard er lokalisert på Sørlandet, men færre enn tidligere. Gard har kunder og kontorer over hele verden, og kontoret i Arendal har et nært samarbeid med kontoret i London. I intervjuet med personalsjefen spurte jeg om hvilke fordeler og ulemper bedriften har av å være lokalisert i Arendal. Personalsjefen svarte slik:

*Bedriften har lange tradisjoner, og den er godt kjent blant lokalbefolkningen. Arendal er et hyggelig og trivelig sted, og det er lett å få folk engasjert. Mange av de Gard rekrutterer, har en viss tilknytning til stedet. Noen ønsker å returnere etter at de har fullført sine studier. En del har også relevant bakgrunn fra bransjen. Arendal er en attraktiv by for folk som liker litt mindre steder.*

Ifølge personalsjefen opplever ikke Gard at de har store ulemper ved å være lokalisert i Arendal. De har en god stabilitet når det gjelder arbeidskraft, og den nye E18 er positiv for bedriften. De skulle imidlertid gjerne hatt direkte flyforbindelse fra Kjevik til London siden de samarbeider mye med kontoret i London. På spørsmål om hva slags image den høyt utdannede arbeidskraften som bedriften har behov for å rekruttere har av Arendal, svarte personalsjefen slik:

*Jeg tror de har inntrykk av at det er bra. Arendal er et hyggelig sted å bo, men det er viktig å ha en interessant jobb for å være villig til å flytte dit. Man må verdsette de kvalitetene som Arendal og Sørlandet innehar. Vi har et miljø i byen som er vant til å ta imot innflyttere. Det er også et bra kulturtilbud i Arendal, og det er billigere å kjøpe seg bolig her enn i mange andre byer.*

Det som trekker arbeidskraft til Arendal, ifølge personalsjefen, er i hovedsak jobbmuligheter. Imidlertid er det mange som har røtter til området og som ønsker å komme tilbake til Arendal når de har etablert seg og stiftet familie. En fordel med Arendal er at det er mange boliger som ligger nærme bysentrum. Arendal har også en internasjonal skole og St. Franciskus-skolen, som begge kan vise til gode resultater på nasjonale prøver. Personalsjefen trekker også frem at Arendal har mye fin natur. Og for de som er glad i sjøen, er det mange muligheter.

Jeg spurte personalsjefen om hvilke kulturtilbud Arendal har og om slike tilbud har en innvirkning på rekrutteringen av arbeidskraft. Personalsjefen svarte at Arendal har et bredt kulturtilbud. Det er mange forskjellige forestillinger som blir satt opp i Arendal. Hun hevder at kulturtilbudet kan spille inn på rekrutteringen. Det hadde vært et problem hvis det ikke fantes noe kulturtilbud, men det er også avhengig av hva man er vant til. Hun sier videre at "*Folk fra større byer er nok mer krevende siden de er vant til å ha et bredere kulturtilbud enn det som finnes i Arendal.*" I forhold til rekruttering gir personalsjefen uttrykk for at de

sjeldent har problemer med å rekruttere arbeidskraft med høyere utdanning. Flere av de ansatte i Arendal er fra USA og Storbritannia. Når Gard har gode kandidater fra utlandet, hjelper de dem med å komme i kontakt med noen av sine ansatte som også kommer utenfra, slik at de kan fortelle om sine erfaringer. En utfordring for bedriften er imidlertid å skaffe jobb til begge når det kommer familier. Dette er langt enklere i større byer som Oslo og Bergen. I starten er det også språklige utfordringer for de ansatte. Personalsjefen opplever at Arendal er en tolerant by overfor folk som kommer utenfra, og uttaler følgende:

*De som kommer fra utlandet føler seg veldig godt ivaretatt i Arendal. Det er jo en del relaterte bransjer i Arendal, så det er et ganske stort internasjonalt miljø i byen. Tidligere hadde Arendal et dårlig rykte i forhold til fremmedfrykt, men dette er det lite av i dag.*

### **5.3 Hovefestivalen**

Hovefestivalen er Norges største musikkfestival, og festivalen hadde hele 61.000 besøkende i 2012.<sup>16</sup> Ifølge kommunikasjonsansvarlig for Hovefestivalen ble festivalen startet av sentrale personer bak Quartfestivalen i Kristiansand, bl.a. Toffen Gunnufsen og Morten Sandberg. Quartfestivalen gjenoppstod på mange måter som Hovefestivalen i Arendal. Det to viktigste grunnene til at Quart ønsker å flytte fra Kristiansand var: 1) Kristiansand hadde ikke et eget området som var egnet for overnatting, og festivalen mistet slik viktige inntektskilder i form av mat og overnatting. 2) Lokalsamfunnet i Kristiansand verdsatte ikke det festivalen tilførte av økonomiske, kulturelle og sosiale verdier. I Arendal derimot møtte man en tydelig vilje til å få til noe.

På spørsmål om det var et bevisst valg å etablere seg i Arendal, svarte kommunikasjonsansvarlig følgende: "Det var først og fremst området som var avgjørende. Vi var litt usikre i starten fordi Arendal tidligere har vært kjent for å være veldig harry." Kommunikasjonsansvarlig legger vekt på at ledelsen i festivalen helt siden starten av har hatt en ide om å bidra til lokalsamfunnet. Festivalen jobber aktivt med kompetanseoverføring og inspirasjon til kulturell aktivitet i lokalmiljøet, men også bidrag i form av økonomiske

---

<sup>16</sup> <http://nrk.no/nyheter/distrikt/sorlandet/1.8228574>

tilskudd. I 2011 ga Hovefestivalen 200.000 kr til nytt kirkeorgel i Tromøy kirke. De skal også gi 50.000 kr hvert år fremover som kirken kan gi til gode formål rundt forbi i verden.<sup>17</sup> I forbindelse med Hovefestivalen får lokale idrettslag mulighet til å jobbe frivillig for slik å tjene inn penger til klubben sin. I tillegg har Hovefestivalen en landsdekkende rekruttering av artister til festivalen. Konkurransen kalles Hoveslaget, og vinneren av denne konkurransen får mulighet til å spille på festivalen. Konkurransen gir også musikere mulighet å stå på en scene for kanskje første gang med et ordentlig publikum. Når det gjelder å velge leverandører av mat, drikke og teknisk utstyr, har det hele tiden vært et mål for festivalen å velge lokale leverandører på så mange områder som mulig (Kommunikasjonsansvarlig for Hovefestivalen).

Viktige samarbeidspartnere for festivalen er Arendals bryggeri, Dagbladet og Pepsi Max. Festivalen har også et godt samarbeid med Politiet og Arendal kommune. I samarbeid med Arendal kommune og andre festivaler i området har Hovefestivalen opprettet en organisasjon som heter Arendal Festival Supply. Hensikten er å skape best mulig vilkår for festivalene i Agder gjennom å tilby lave priser på utleieprodukter som små og store festivaler trenger. Man får slik en miljøgevinst pga. mindre transport, og det lokale næringslivet blir delaktig i den positive utviklingen.<sup>18</sup>

Jeg spurte kommunikasjonsansvarlig i Hovefestivalen om Arendal sitt image har blitt endret i løpet av de seks-sju årene festivalen har vært i Arendal. Han svarte følgende:

*Arendal har garantert endret image i løpet av disse årene. Ifølge en undersøkelse som ble gjort for tre til fire år siden, er Hovefestivalen det Arendal er mest kjent for. Hvert år kommer rundt 20.000 personer fra hele Norge til Arendal. Dette er potensielt en veldig stor markedsføringskanal for Arendal som by.*

Videre spurte jeg kommunikasjonsansvarlig om hva Hovefestivalen kan bety for tiltrekking av den kreative klasse til Arendal. Kommunikasjonsansvarlig ga uttrykk for at det er litt dumt at den kreative delen av festivalen har kontor i Oslo. Normalt sett vokser det ut kreative miljøer når man starter en festival i en mindre by. Eksempler er Månefestivalen i Fredrikstad og Slottsfjellfestivalen i Tønsberg. Flere kreative miljøer har vokst ut fra disse

---

<sup>17</sup> <http://www.agderposten.no/kultur/hovefestivalen/melvin-sikret-dem-orgelmillionen-1.6799639>

<sup>18</sup> <http://www.arendalfestivalsupply.no/index.php?side=&group=2398&art=11916>

festivalorganisasjonene. Miljøene består ikke bare av musikk, men også grafisk design, kunst og litteratur. Dette skjer som en naturlig følge av at festivalen har behov for disse tjenestene. Ifølge kommunikasjonsansvarlig er en festivalorganisasjon på mange måter en slags uendelig størrelse. Han legger videre vekt på at det viktigste med Hovefestivalen i forhold til den kreative klasse er at en ny generasjon studenter blir eksponert for Arendal og Agder som et hyggelig sted å bo. Muligens kan det også være med på å øke rekrutteringen til UiA og arbeidslivet i regionen.

Ettersom Arendals kommuneplan satser en del på kultur og den kreative klasse, spurte jeg kommunikasjonsansvarlig for Hovefestivalen hvilket inntrykk han har av Arendals satsing på dette området. Kommunikasjonsansvarlig hevder at Hovefestivalen var et viktig tilskudd på kultursiden til Arendal. Nabobyene i øst hadde også sårt trengt en slik festival for å bedre imaget sitt. Når det gjelder Grimstad har de flere ting som de kan satse på, bl.a. videreutvikling av Ibsen og Hamsun. Et problem i forhold til kultursatsing i Arendal er, ifølge kommunikasjonsansvarlig, de bilbaserte kjøpesentrene. Handelen og de daglige gjøremålene har blitt flyttet ut av bykjernen, og det blir slik vanskeligere å skape møteplasser og arenaer i sentrum ettersom det er færre mennesker som oppholder seg der. Dette mener han er en negativ utvikling hvis man ønsker å tiltrekke folk som tilhører den kreative klasse.

Hovefestivalen og store musikkfestivaler har generelt god innsikt i populærkulturen og hva som er hipt akkurat nå. Hvis de bommer på disse tingene og lager et kjedelig opplegg med dårlige artister, går festivalen konkurs. I den forbindelse synes jeg det var interessant å spørre kommunikasjonsansvarlig hva Arendal kan gjøre for å tiltrekke seg flere artister og kunstnere og slik få et bedre image. Kommunikasjonsansvarlig ga uttrykk for at kunstgallerier og konsertsteder som holder høyt nivå, er en viktig del av en slik satsing. Hovefestivalen er bare en uke i løpet av året, og det er viktig å ha andre ting som skjer gjennom året. Videre la han vekt på at:

*Det er viktig å ha noe som er tidsaktuelt. Veldig mye kulturell aktivitet i norske byer er rettet mot segmentet over 45 år. Jeg mener at det er viktig å ha konserter, klubber og kunstgallerier som samler kreative folk på ulike prosjekter.*

Ifølge kommunikasjonsansvarlig er det et problem at politikk-utformere ofte ikke ser ting i sammenheng. I stedet for å lage en levende kulturkafe på kveldstid eller en restaurant med

live musikk bygger man et kulturhus som nesten aldri blir brukt. Problemet er kanskje at politikerne vil for mye og lager for mange planer. Kreativitet og kultur har et dårlig utgangspunkt for utvikling hvis man setter for mange rammer rundt disse prosessene.

#### **5.4 Intervjuer med den kreative klasse i Arendal**

Den første informanten jeg intervjuet som tilhører den kreative klasse i Arendal, er født og oppvokst i den sørlige delen av Afrika, men han flyttet med familien til Arendal for tre år siden. En av grunnene til at informanten flyttet til Norge og Arendal var jobb- og karrieremuligheter. Informanten er gift og har tre barn. Det er derfor viktig for han at ungene har et godt oppvekstmiljø og et godt skolesystem. Informanten ga uttrykk for at den internasjonale skolen i Arendal spilte en viktig rolle i avgjørelsen om å bosette seg i Arendal fordi de tilbyr undervisning på engelsk. Det hadde vært veldig vanskelig for datteren hans å starte rett på en skole hvor all undervisningen foregår på norsk siden hun ikke hadde kjennskap til språket. Positive sider ved Arendal er, ifølge informanten, at byen er relativt kompakt. De fleste tilbudene ligger i gåavstand og de offentlige tjenestene er gode.

På spørsmål om hva som er viktig når man skal finne seg et sted å bo, svarte informanten at det må være lite kriminalitet og at det generelt må være gode levekår. Før han flyttet til Norge hadde han hørt om Nobels fredspris og at landet har gjort det bra på human development-indeksen de siste årene. Han hadde ikke hørt om Arendal før han fikk tilbud om jobb der. Det var først og fremst karrieremulighetene som gjorde at han fikk øynene opp for byen. Etter å ha lest om stedet syntes han Arendal virket som et bra sted å bo med familie. I tillegg til offentlige tjenester og internasjonal skole har Arendal og omegn mye vakker natur. For mennesker som kommer fra storbyer med mye trafikk og støy, er det ganske spesielt å komme til en relativt liten by hvor man i løpet av en kort kjøretur kan komme seg til nærmest urørt natur, ifølge informanten.

Informanten synes at Arendal er en tolerant by. Han har aldri opplevd noen problemer eller bemerkninger pga. sin afrikanske bakgrunn i Arendal. Videre spurte jeg vedkommende om hva som kan bedres i forhold til steds kvaliteter når man ser på Arendal som bosted. Informanten svarte følgende:



*Jeg synes kommunen burde tenke mer økonomisk når de bygger nye bygninger og spesielt kontorlokaler. Det er mange lokaler som står tomme i byen, noe jeg mener er en negativ faktor fordi folk kan få inntrykk av at det går dårlig med næringslivet i Arendal.*

Informanten ønsker å kjøpe seg bolig i Arendal, men det er få nye boliger som kommer på markedet. Det ser ut til at det er mange boliger som er vanskelige å selge. Informanten er derfor redd for å kjøpe et hus som han kanskje ikke får solgt hvis han en gang i fremtiden skulle finne ut at han vil flytte til et annet sted. Informanten sier at det positive ved at boligmarkedet er litt tregt er at det er billigere å kjøpe bolig i Arendal enn i Grimstad og Kristiansand. Det stemmer overens med tall fra SSB at boligene er billigere i Arendal enn i Kristiansand og Grimstad. I alle årene fra 2008 til 2012 var den gjennomsnittlige kvadratmeterprisen på eneboliger, småhus og blokkleiligheter billigst i Arendal, og dyrest i Kristiansand. I 2012 var gjennomsnittlig kvadratmeterpris for eneboliger i Kristiansand 22.700 kr, Grimstad 20.760 kr og Arendal 17.399 kr.<sup>19</sup>

Informanten har ingen planer om å flytte fra Arendal i nærmeste fremtid. På spørsmål om tiggere og narkomane er en del av bybildet i Arendal svarte informanten at det er et økende fenomen. Det er særlig folk fra Romania som sitter på gata og tigger. Noen ganger er det veldig sjenerende fordi tiggerne er pågående, spesielt hvis man går alene. På spørsmål om informanten ser på arbeidet som en livsform eller som et sted å skaffe inntekter for å ha en behagelig fritid, svarte han at inntekt er viktig, men at arbeidet må være interessant. Arbeidsplassen er også en viktig del i sosialiseringsprosessen, spesielt for personer som kommer fra andre land og ikke har noen bekjente her fra før. Generelt er han veldig fornøyd med Arendal. Jobben er spennende, og det er gode oppvekstvilkår for barna hans. Når det gjelder fritidsaktiviteter er informanten glad i å fiske og å være ute, i tillegg til å reise. Siden han og familien har fått oppholdstillatelse i Norge kan de reise visumfritt til de fleste land i Europa. Informanten har også lyst til å prøve vintersport, men han er litt redd for å skade seg.

En annen informant som også jobber i Arendal og opprinnelig er fra Nord-Norge, flyttet til Arendal i 2009 da hun fikk tilbud om jobb der. Informanten har en mastergrad fra Universitetet i Agder, og hun var derfor kjent med Arendal før hun flyttet dit. Etter å ha fullført utdanningen var informanten arbeidsledig noen måneder før hun fikk jobb. Det var

---

<sup>19</sup> <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/saveselections.asp>

først og fremst jobbmulighetene som trakk henne til Arendal. Hun hadde imidlertid noen bekjente der fra før. Når det gjelder fritidsaktiviteter deltar informanten på ulike arrangementer for flyktninger og innvandrere. Hun er også med i kor, og hun er aktiv på kristne arrangementer. Informanten fremhever nærheten til naturen i Arendal og turmulighetene i nærområdet som en positiv faktor ved å bo i Arendal. Informanten har ingen umiddelbare planer om å flytte fra Arendal.

Informanten er ugift og har ingen barn. Offentlige tjenester som skole er dermed ikke en viktig faktor i bostedsvalg. Generelt mener informanten at de offentlige tjenestene i Norge jevnt over er ganske gode. Den eneste bakdelen ved å bo i Arendal er at hun er langt fra foreldrene som fremdeles bor i Nord-Norge. På spørsmål om hva Arendal kan gjøre for å bedre sine stedskvaliteter som bosted svarte hun: *"Arendal er en liten by, men jeg synes at Arendal har ganske mange tilbud til å være en småby."* Hun er jevnt over fornøyd med Arendal og har ingen konkrete forslag til ting som kan bedres.

På spørsmål om fordeler og ulemper ved et fremmedkulturelt innslag i Arendal gir informanten uttrykk for at det er spennende å bli kjent folk fra ulike kulturer, det øker ens egen forståelse. En ulempe kan være personer som isolerer seg fra det norske samfunnet slik som noen steder på Østlandet. Informanten legger til at hun kanskje er litt inhabil i forhold til å svare på dette spørsmålet siden hun liker å være i miljøer hvor folk har ulik bakgrunn. Informanten mener at det stort sett er fordeler med et fremmedkulturelt innslag så lenge de blir integrert i samfunnet. En annen faktor ved Arendal relatert til Floridas teori er toleransen for ulike livsstiler. Ifølge informanten er Arendal en relativt tolerant by overfor folk med ulik bakgrunn og livsstiler. Homofilt samliv er jevnt over akseptert, men, som hun sier, *"det avhenger av hvilket miljø man tilhører."* Når det gjelder tigging hevder informanten at dette er et økende fenomen i Arendal. Da hun flyttet dit i 2009 var det ingen tiggere. De som tigger i Arendal, er i hovedsak folk fra Romania, men det hender også at narkomane selger gatemagasinet i byen. Hun synes at problematikken rundt tigging er vanskelig, av og til gir hun penger og av og til ikke. Hun tror ikke at løsningen på problemet nødvendigvis er et forbud mot tigging.

Den tredje personen jeg intervjuet i Arendal fra den kreative klasse av i alt fem intervjuer, er opprinnelig fra USA. Prosjektet han deltar på i Arendal har en varighet på ett år, og han skal dermed tilbake når hans oppgaver er fullført. Vedkommende er veldig interessert i

og har spesialkompetanse på prosjektet som gjennomføres ved bedriften i Arendal. Dette var hovedårsaken til at han valgte å ta oppdraget. Informanten er gift, men alle barna er voksne, så han og kona trenger ikke ta hensyn til barna i forhold til hvor de ønsker å jobbe. For vedkommende er jobben en livsstil, og han legger vekt på at det ikke hadde vært mulig å ha en slik jobb hvis det ikke var en livsstil for ham. Selv om informanten ikke hadde hørt om Arendal på forhånd gir han uttrykk for at Arendal er en sjarmerende by og at den har mange aktiviteter i forhold til størrelsen, spesielt om sommeren. Han skulle imidlertid ønske at det var flere attraksjoner i sentrum. Informanten nevner Bomuldsfabriken kunsthall, men han synes at den ligger litt langt fra sentrum, og det er tungvint å komme seg dit hvis man ikke har bil. Om vinteren er det litt begrenset med fritidsaktiviteter i Arendal. Da barna var på besøk i julen benyttet de seg imidlertid av skøytebanen. På spørsmål om han synes at Arendal er en tolerant by svarte informanten: *"Arendal er en veldig tolerant by. Det er mange aktiviteter for flyktninger, og folk respekterer hverandre uavhengig av legning og bakgrunn."*

Informanten synes at Arendal og omegn har mye vakker natur. Han er selv glad i å dra på fisketur og å gå i fjellet. I tillegg er han og kona glad i å reise, og det er derfor positivt at Kjevik flyplass ligger relativt nærme. Arendal har etter hvert fått en del ikke-vestlige innvandrere. Positive sider knyttet til dette er, ifølge informanten, at man får mer forståelse for ulike kulturer og at restauranttilbudet øker. En negativ side er imidlertid at:

*Folk flest når de reiser til et sted ønsker å se det autentiske. De ønsker å se nordmenn slik de har levd i generasjoner. En turist får ikke samme opplevelsen hvis det ikke er etniske nordmenn på stedet man besøker. New York er en av mine favorittbyer, men det hadde vært kjedelig hvis alle byer var som New York.*

Den fjerde personen jeg intervjuet er opprinnelig fra Sør-Europa. Han flyttet til Arendal i 2009 og har snart bodd der i fire år. Informanten hadde vært på besøk i Arendal før han fikk tilbud om jobb. Han synes at byen var veldig liten og at det var et begrenset kulturtilbud der. Likevel valgte han å flytte til Arendal fordi jobben virket spennende. Informanten har samboer, men ingen barn.

Jeg spurte informanten om han har planer om å bli værende i Arendal og han svarte at han egentlig ikke ønsker å bli værende altfor lenge. Han hadde egentlig planer om å flytte fra Arendal med samboeren sin for ett år siden, men det ble ikke noe av den planen. Som han selv

sier: *"Who knows how long I will stay?"* Informanten ønsker imidlertid å bytte jobb, men han har ingen konkrete planer slik det er nå. Som han selv sier, er det ofte en lang prosess å finne seg en annen arbeidsplass. Informanten nevner følgende årsaker til at han ønsker å flytte:

*For meg og min samboer er det kjedelig å bo i Arendal. Det er få restauranter og utesteder, og byen har et veldig begrenset kulturtilbud. Jeg savner å kunne møte vennene mine uformelt i byen slik som jeg gjør på hjemstedet mitt. Der pleier jeg alltid å møte vennene mine på en bar eller en restaurant etter jobb. Om sommeren skjer det litt mer på kultursiden i Arendal, men om vinteren er det helt dødt.*

På spørsmål om han ser på arbeidet som en livsform eller som en måte å skaffe inntekter på, svarer informanten at slik det er nå, er det en livsform, men egentlig ønsker han ikke å ha det slik. Jobben tar mesteparten av tiden hans fordi det ikke er noe annet å finne på i Arendal. Han sier selv: *"Jeg ønsker å ha et skarpt skille mellom jobb og fritid."* Når informanten ønsker å finne seg et nytt sted å slå seg ned på, er det viktig at stedet har et godt kulturtilbud. Det må være en bra musikkscene i byen og et bredt utvalg av restauranter og barer. Man kan jo spørre seg hvorfor informanten valgte Arendal. Ifølge han selv ønsket han seg en forandring og noe nytt. Jobben var viktig for ham, og han tenkte derfor ikke så mye over fritidstilbudet, men etter å ha bodd i Arendal noen år har han skjönt hvor viktig det er for han å ha et godt kulturtilbud og en levende by. Den beste kvaliteten ved Arendal er, ifølge informanten, nærheten til sjøen.

Jeg spurte informanten om offentlige tilbud som gode skoler og helsevesen er en viktig faktor for hvor han velger å bo. Informanten ga uttrykk for at det er viktig, men det vil sannsynligvis bli viktigere i fremtiden siden han ikke har egne barn enda. At byen har et godt universitet er også en viktig faktor i tillegg til at byen må ha bra kollektivtransport. På spørsmål om hva som kan bedres av stedsqualiteter i Arendal svarte informanten mye av det samme som på spørsmålet om hvorfor han ønsker å flytte. Informanten skulle ønske det var flere offentlige steder og parker inne i bysentrumet. Det er en møteplass foran kulturhuset, men den er designet på en slik måte at ingen bruker den, ifølge informanten. Videre nevner informanten problematikken i Barbu hvor det tidligere var en debatt om det skulle bygges en park eller boligblokker. Valget falt på boligblokker, noe som informanten synes var et dårlig valg. Han ønsker seg også flere kunstgallerier, Bomuldsfabrikken er bra, men den ligger litt

utenfor byen. Per i dag er det ingen kunstgallerier i sentrum av byen, ifølge informanten. Informanten har forståelse for at Arendal er en liten by i internasjonal sammenheng, men han skulle likevel ønske at det ble satset mer på kultur og møteplasser i sentrum. Informanten nevner også at det er vanskelig å bruke skjærgården i Arendal hvis man ikke har egen båt og båtplass.

På spørsmål om i hvilken grad homofilt samliv er akseptert i ulike miljøer i Arendal, gir informanten uttrykk for at han synes at Arendal generelt er en tolerant by, mer tolerant enn byen han opprinnelig kommer fra. Informanten kjenner til noen homofile som flyttet fra Arendal. Han er ikke sikker, men det virket som om de følte seg litt utenfor siden Arendal er en by hvor alternative livsstiler lett blir lagt merke til.

Når det gjelder fritidsaktiviteter er informanten en ivrig hobbyfotograf. I tillegg er han glad i sportslige aktiviteter, spesielt kajakkpadling. Siden det er lite restauranter i Arendal har informanten blitt flink til å lage mat, men han hevder at han hadde laget mat sjeldnere hvis Arendal hadde hatt et bedre restauranttilbud. Jeg spurte informanten om hva han synes om et fremmedkulturelt innslag i Arendal (først og fremst ikke-vestlige innvandrere). Han svarte følgende:

*Jeg synes det er veldig bra med en blanding av kulturer. Det er vitalt for en by å være multikulturell for å være attraktiv. I 2009 når jeg flyttet hit fantes det en interkulturell kafe som i ble drevet av en fyr fra Tanzania. Dette var den eneste plassen i Arendal som tilbød noe annerledes. Den ble dessverre stengt i 2010. Slik jeg forstod det var årsaken til nedleggelsen at kommunen ikke bevilget nok penger til dette tiltaket.*

Når det gjelder narkomane og tiggere, er dette en del av bybildet i Arendal, ifølge informanten. Han nevner at det er et rehabiliteringssenter for narkomane i byen og at en del av de narkomane møtes jevnlig oppe ved trefoldighetskirken. Det er, ifølge informanten, lett å se dem hvis man har et øye for slike ting. Om sommeren er det en del tiggere i byen, men informanten vet ikke helt om han skal kalle dem for tiggere. Informanten har flere ganger lagt merke til at de samme personene som tigger på dagtid går rundt og selger ting på kveldstid. Slik han ser det, virker det som om antall tiggere og narkomane i Arendal er ganske stabilt. Den femte personen jeg intervjuet fra den kreative klassen i Arendal er opprinnelig fra Arendal. Han flyttet fra byen når han skulle studere og ble boende en lengre periode i en

annen by pga. jobb. Han har imidlertid bodd i Arendal i de siste 25 årene. Årsaken til at han flyttet tilbake til Arendal var at han ble sagt opp i bedriften han jobbet i. Ettersom han er veldig glad i sommeren og skjærgården i Arendal prøvde han å søke på stillinger der. En kamerat sa at det var umulig å få seg jobb i Arendal, men informanten fikk jobb og flyttet dermed til Arendal. Informanten legger vekt på at det var viktig for han å få jobb før han flyttet tilbake til Arendal. Han hadde ikke flyttet tilbake uten et jobbtilbud.

Informanten er gift og har voksne barn, så skole er ikke så viktig i forhold til bostedsvalg, men sykehus er viktig når man blir eldre. Informanten har ingen planer om å flytte fra Arendal ettersom han planlegger å pensjonere seg snart. Han trives veldig godt i byen, men det er flere ting han skulle ønsker var annerledes. På spørsmål om informanten ser på arbeidet som en livsstil eller som en måte å skaffe inntekter på, svarte informanten at han ser på det som en livsstil. Han hevder at han kunne tjent dobbelt så mye i en annen jobb, men han ønsker å drive med noe som han synes er meningsfullt. Informanten sier at han aldri har ønsket å jobbe i en stor bedrift hvor alt fokuset ligger på å øke omsetningen. Jeg spurte informanten om hva som kan bedres i forhold til stedskvaliteter i Arendal når man ser på byen som bosted. Han svarte følgende:

*Jeg skulle ønsket at det ble satset mer på bysentrum fra kommunens side. Næringsparkene suger livet ut av butikkene og bedriftene i sentrum. Det er i dag ingen autentiske butikker igjen i byen. Nesten alle butikkene eies av store kjeder. Hvis jeg for eksempel skal kjøpe maling eller malerutstyr må jeg helt til Stoa for å gjøre dette.*

Informanten nevner at Arendal kommune har høy gjeld. Han mener at kommuner som generelt har lite gjeld pr. innbygger er mer attraktive for potensielle innflyttere. Ifølge informanten hevder politikerne at kjøpesenterstopp på Harebakken har ført til handelslekkasje til Sørlandsparken. Informanten tror at dette er feil, og han ser negativt på en eventuell utvidelse av kjøpesentrene utenfor byen fordi dette vil være en negativ utvikling for næringslivet og byen som helhet.

På spørsmål om fordeler og ulemper ved å ha et fremmedkulturelt innslag svarte informanten at Arendal ikke hadde greid seg uten innvandrere. Mange blir veldig godt integrert og bidrar på en god måte til felleskapet. Informanten er imidlertid kritisk til innvandrere fra enkelte land og viser til ulike kriminalstatistikker hvor personer fra disse

landene kommer høyt opp. Informanten har vanskelig for å tro at slike mennesker bidrar til et positivt miljø.

Når det gjelder de ikke-vestlige kollegaene han jobber med sier han: *"Jeg ser egentlig på dem som vestlige i forhold til utdanningen de har og på måten de har tilpasset seg det norske samfunnet."* Informanten presiserer at han synes spesielt synd på innvandrerkvinner som ikke kommer seg ut og lærer norsk. I stedet sitter de hjemme og spiser usunn mat og blir overvektige. Informanten ser negativt på utviklingen enkelte steder på Østlandet hvor det nesten ikke er etniske norske igjen i noen områder og sier: *"Jeg synes at det burde gjøres mye mer for å integrere innvandrere i Arendal slik at de får mulighet til å komme seg ut i jobb og bidra til felleskapet."*

Informanten uttrykker at man ikke kan ha for mange innvandrere med ikke-vestlig bakgrunn fordi det blir umulig å integrere alle. Da ødelegger det miljøet i stedet for at det blir en berikelse. Informanten hevder at tigging er et økende fenomen i Arendal og synes dette er ubehagelig til tider fordi mange av tiggerne er veldig pågående. Han ser imidlertid lite til narkomane og tror at antall narkomane har vært ganske stabilt de siste årene. Informanten er glad i å dra på båtturer om sommeren ettersom han har sin egen tresjekte. Han er også glad i friluftsliv og nevner at Arendal har mye vakker natur.

I intervjuene med informantene viser det seg at jobbmulighetene har vært avgjørende for valget om å flytte til Arendal. Det er imidlertid en informant som nevner at han ønsker å flytte fra Arendal fordi han er misfornøyd med kulturtilbudet i byen. Informanten som hadde en tilknytning til Arendal, ønsket å flytte tilbake til byen pga. stedskvalitetene, men han ville ikke ha gjort det hvis han ikke hadde hatt en jobb å gå til. Utfra intervjuene ser det ut til at kulturtilbud og stedskvaliteter er viktige for at folk skal trives og bli værende i Arendal, men at det ikke spiller en viktig rolle når det gjelder å tiltrekke seg arbeidskraft. Kanskje kan dette være en generell tendens. Interesser og hva man er vant til spiller antagelig også inn på hvor kravstore folk er når det gjelder kulturtilbud og aktiviteter. De som ønsker seg et bredt kulturliv, vil kanskje aldri flytte til en småby fordi det som oftest vil være et begrenset tilbud på slike steder.

Informantene er generelt godt fornøyd med hva Arendal har å tilby selv om det er småting her og der. Flere av informantene er også positivt innstilt til at det er et fremmedkulturelt innslag i byen, selv om en av informantene er kritisk til visse

innvandrergupper fordi han mener at de ikke bidrar til felleskapet. Resultatene i Arendal kan kanskje tyde på at man kan skille mellom kulturaktiviteter som en måte å få folk til å trives i byen og dermed blir værende, og kulturaktiviteter som strategi for tiltrekking av folk. Muligens er Arendal såpass liten at kulturtilbudet ikke vil være med på å tiltrekke seg folk fra den kreative klassen. Kanskje kan det være en generell tendens at kulturlivet i småbyer ikke tiltrekker seg folk, men at det først og fremst er jobbmulighetene som er det sentrale i tillegg til de fysiske stedskvalitetene, som for eksempel natur og friluftsliv.

## **5.5 Devoteam Solutions**

Devoteam Solutions i Grimstad er et konsulentfirma som retter sine tjenester mot skjæringspunktet mellom teknologi og forretningsutvikling. Bedriftens fokus er å hjelpe sine klienter til å bedre resultatene gjennom å sammenkoble teknologi og forretningsvirksomhet. De gjør kundene sine bedre ved å kombinere spesialkompetanse på IKT, forstå klientens marked og utfordringer som bedriften står overfor. På denne måten gir Devoteam objektive råd og løsninger til klientens behov. Devoteams mål er å kunne tilby en komplett pakke til verdiskapning hos sine klienter (Personalsjef i Devoteam).

Devoteam sprang ut av Ericsson da deler av bedriften ble flyttet til Sverige. I Grimstad hadde man spesialkompetanse innen telecom, og man startet derfor en enhet som i begynnelsen var eid av Telica. Senere ble Telica kjøpt opp av franske Devoteam. I Grimstad har Devoteam rundt 90 ansatte. Globalt har selskapet 4500 ansatte i 24 land.

På spørsmål om det var et bevisst valg å etablere bedriften i Grimstad, svarte personalsjefen at det først og fremst var kompetansen som var tilstede, og at mange av de som allerede bodde i Grimstad ønsket å bli værende. Det var derfor en naturlig utvikling å starte noe nytt med den kompetansen som allerede eksisterte i området. I Tinaglis studie (2012) er Grimstad ikke blant de tjue kommunene i Norge som scorer høyest på andel av befolkningen som er sysselsatt innen høyteknologisk næringsliv. I Tinaglis artikkel blir det derfor ikke oppgitt prosentandel på hvor mange som jobber innen den høyteknologiske næringen i Grimstad. Tinagli har imidlertid regnet ut en kreativitetsindeks for de ulike kommunene i Norge, og lista hennes inkluderer de femti kommunene som scorer best. Grimstad er på en 40. plass, mens Arendal ligger på en 37. plass. Det er for så vidt interessant å vite plasseringen til



Arendal og Grimstad på denne lista, men i tillegg hadde det vært interessant i forhold til denne oppgaven å se prosentandeler på de ulike indeksene, men dette er ikke tatt med i artikkelen til Tinagli.

Devoteam er med i næringsklyngene Node og Digin og samarbeider med flere av aktørene i klyngene. De samarbeider også med UiA, og flere av bedriftens ansatte har sin utdanning fra universitetet. Når det gjelder positive sider ved å være lokalisert i Grimstad nevner personalsjefen Node-klyngen og Digin-nettverket som har blitt tildelt Arenaprojekt for å utvikle IKT-miljøet på Sørlandet til en næringsklynge. Nærheten til UiA er også en positiv faktor for bedriften fordi det er enkelt å rekruttere arbeidskraft med høyere utdanning. Devoteam har imidlertid en del kunder på Østlandet, selv om mesteparten av kundene er lokalisert i Agder-regionen. De har derfor tenkt på om de skal ekspandere virksomheten på Østlandet. Devoteams avdeling i Grimstad har lite aktivitet i utlandet siden konsernet har kontorer i flere land. Fokuset ligger derfor på prosjekter og oppdrag i Norge. Jeg spurte personalsjefen hva slags image den høyt utdannede arbeidskraften som bedriften har behov for å rekruttere, har av Grimstad. Personalsjefen ga følgende svar:

*Det er vanskelig å si, men mange har kanskje en viss kjennskap til byen fra tidligere. Det er en del som flytter fra Grimstad når de skal studere, men etter at de har fullført utdannelsen ønsker de å komme tilbake og slå seg ned i Grimstad.*

Hun sier videre at det kanskje ikke er en spesifikk faktor som trekker folk til Grimstad, som for eksempel utdanning, jobbmuligheter eller at Grimstad er et spennende sted å bo. Hun hevder at det er summen av alle delene som gjør at folk ønsker å bosette seg i Grimstad. Universiteter er en positiv faktor. Det er også en del jobbmuligheter i tillegg til at det er mye vakker natur. Grimstad er også et fint sted å bo for barnefamilier. Når det gjelder boligprisene, er de ganske lave i Grimstad i forhold til storbyene i Norge. I Grimstad kan man kjøpe seg en fin enebolig for samme pris som en liten leilighet i sentrum av Oslo.

Jeg spurte personalsjefen om hvordan mulighetene er for å rekruttere høyt utdannet utenlandsk arbeidskraft til Grimstad og om slik arbeidskraft opplever problemer med å bli integrert i samfunnet. Personalsjefen kom med følgende refleksjon:

*Vi har flere ansatte som kommer fra utlandet i Devoteam. Noen synes det er vanskelig å bli integrert, andre synes det er åpent og inkluderende. Det er muligens litt vanskelig for familier å bli integrert. Jeg tror at det er lettere for studenter å bli integrert siden det er et stort studentmiljø i byen.*

På spørsmål om kulturtilbud og hvilke tilbud Grimstad har når det kommer til restauranter og butikker svarte personalsjefen: *"Det er mye liv i Grimstad om sommeren, men det er litt dødt om vinteren."* Videre sier hun at det er et passelig tilbud for de som er fastboende i Grimstad. Det er for eksempel lite restauranter i byen, men grunnen til det er at det er vanskelig å drive om vinteren fordi Grimstadfolk i liten grad spiser på restaurant. Personalsjefen hevder at tilbudet i byen er selvregulerende. Hvis Grimstad blir en større by, vil det automatisk dukke opp flere tilbud.

## **5.6 Redrock**

Redrock, som er lokalisert i Grimstad, består av fire avdelinger som bl.a. leverer produkter og tjenester til industri, offshore, marin næringsvirksomhet, IT og telekom. Daglig leder i Redrock ga meg følgende svar på spørsmål om hva som er de viktigste produktene til de ulike Redrock avdelingene: *"Apper til mobiltelefoner, marinekraner og serviceplattformer som løfter opp folk og utstyr når det bygges tunneler."* I tillegg tar Redrock konsulentoppdrag for bedrifter som har behov for IT-kompetanse. Redrock ble etablert av tre personer fra UiA. De startet bedriften allerede mens de holdt på med sine masterprosjekter.

For Redrock er kundene de viktigste samarbeidspartnerne fordi bedriften skreddersyr produktene etter kundens behov. Når det gjelder samarbeidspartnere i regionen har Redrock et teknisk samarbeid med en bedrift i Kristiansand, mens de i Grimstad har to samarbeidspartnere. Jeg spurte daglig leder i Redrock hvilke fordeler bedriften har av å være lokalisert i Grimstad. Han svarte følgende:

*Det er en fordel at universitetet er lokalisert i byen. Det gjør at det er enkelt å få tak i kompetent arbeidskraft. Den nyeste ansatte i bedriften kom rett fra UiA. Det er også positivt for bedriften og Grimstad med de ulike forskningsprosjektene på UiA. I tillegg er det leiers marked i Grimstad. Mange kontorlokaler står tomme, og det er billig å leie. Men det er jo ikke akkurat et positivt tegn for næringslivet i byen.*

Grimstad er en liten by, og det gjør at nye bedrifter blir lagt merke til og satt pris på. Et eksempel, ifølge daglig leder, er at de blir invitert på ulike arrangementer. Hadde de vært lokalisert i en større by, ville dette sannsynligvis ikke skjedd. En ulempe for bedriften er at de ikke har noen kunder i byen. Det skulle de gjerne hatt. De har imidlertid snakket med en potensiell kunde i Grimstad, men ingenting er fastlagt enda. De fleste av kundene til Redrock er lokalisert i Sverige, og rundt 70 % av omsetningen er i Sverige. Gjennom kundene i Sverige har bedriften fått kontakt med nye kunder i India og Kina. Produktene de eksporterer til Kina og India er det bare noen få bedrifter i hele verden som produserer, og det er derfor et stort marked for disse produktene. Den høyt utdannede arbeidskraften som bedriften har behov for å rekruttere, har ifølge daglig leder et godt inntrykk av Grimstad som IT-by, mye pga. universitetet. De fleste andre tenker bare på Grimstad som en sommerby. Han tror at faktorene som trekker arbeidskraft til Grimstad, er at det er et billigere å bo der enn i for eksempel Kristiansand. I tillegg har Grimstad en veldig fin skjærgård og fine naturområder.

Når det gjelder boliger er det et ganske begrenset tilbud av leiligheter i Grimstad. Det har noe å gjøre med at Grimstad er en relativt liten by, men en del studenter ønsker kanskje å bo i leilighet fremfor enebolig. I forhold til kulturtilbud og uteliv hevder daglig leder at det er et ganske begrenset tilbud i Grimstad. I tillegg er det veldig få restauranter i byen. Den dårlige standarden på kinoen i Grimstad gjør at han og kollegene ofte reiser til kinoen i Kristiansand i stedet. Den nye E18 har kuttet reisetiden mellom Grimstad og Kristiansand betraktelig.

Daglig leder gir uttrykk for at gruppen Javabin har blitt et populært tiltak for datainteresserte i byen. Denne gruppen har møter i Grimstad to ganger i måneden. På møtene er det som regel først et foredrag og deretter bevertning. Javabin er en uavhengig organisasjon, og formålet er å fremme Javakompetanse blant medlemmene.

## 5.7 Intervjuer med den kreative klasse i Grimstad

Den første representanten for den kreative klasse som jeg intervjuet i Grimstad, kom til byen i 2010. Informanten er opprinnelig fra Nord-Europa, men kom til Norge pga. finanskrisen. Han stod i fare for å miste jobben i bedriften han jobbet i og valgte derfor å fortsette sine studier. Informanten fikk vite om studiemulighetene i Grimstad av sin tidligere veileder. Hovedårsaken til at han flyttet til Grimstad var utdanningen og jobbmulighetene i regionen. Informanten har allerede fått jobb i Kristiansand innen olje- og gassnæringen, og han vurderer derfor å flytte fra Grimstad fordi han ikke ønsker å pendle. Han hadde ikke hørt om Grimstad før han kom dit for tre år siden, men han fremhever at Grimstad har hatt en veldig positiv utvikling de siste årene spesielt når det gjelder utviklingen på universitetet.

Informanten er singel og har ingen barn. Han er derfor ikke særlig opptatt av offentlige tjenester. Han kunne gjerne fortsette å bo i Grimstad, men siden han har fått jobb i Kristiansand ønsker han å flytte dit. I tillegg er det flere fritidstilbud og aktiviteter der enn i Grimstad. Når det gjelder å finne seg et sted å bo er det viktig for informanten at byen er relativt kompakt, at bostedet er nærme arbeidsstedet og at det er en del butikker og uteliv. På spørsmål om homofilt samliv er akseptert i ulike miljøer i Grimstad svarte informanten: *"Det er vanskelig å si, men Grimstad virker generelt som en tolerant by."* Universitetet har mange internasjonale studenter, og informanten har venner som kommer fra Kina og India. Når det gjelder fritidsaktiviteter liker informanten å bruke lysløypa og turområdene i Grimstad. I tillegg er det positivt med svømmehallen, Jerv stadion og Grimstadhallen. Jevnt over synes han at det er en del muligheter i byen tatt i betraktning at Grimstad er en småby.

Den andre informanten fra den kreative klasse i Grimstad er født og oppvokst i byen, og han har bodd der hele livet bortsett fra da han gikk ett år på folkehøyskole. Selv ønsket han å studere på NTNU siden han kom inn der, men kona hadde ikke lyst til å flytte fra Grimstad. Ifølge informanten er Grimstad et fint sted å bo. Grunnen til at han i utgangspunktet ønsket å flytte fra byen var utdanningen og at det kan være fint å komme seg bort fra det stedet man alltid har bodd og oppleve nye ting. Informanten har imidlertid kjøpt seg hus i Grimstad og er derfor i stor grad knyttet til byen, men han ser ikke bort fra at han kanskje vil flytte et annet sted i fremtiden. Informanten hevder at det er en fordel å bo i Grimstad fordi man er lokalisert midt mellom Arendal og Kristiansand. Etter at den nye E18 kom har det blitt enkelt å pendle

til Kristiansand. Informanten ser på arbeid og studie som en livsform. Det er ifølge ham *"Umulig å holde på med informatikk hvis man ikke ser på det som en livsform."*

Når det gjelder hva som er viktig for informanten når han skal finne seg et sted å bo, er avstand til jobb en viktig faktor og at det er tilrettelagt for familier siden han er gift. Tilbud av fritidsaktiviteter er også viktig. Han synes det er negativt at mange av fritidsaktivitetene ved universitetet innebærer et stort alkoholkonsum.

Informanten legger vekt på at jobben må være utfordrende og at det må være mulig å utvikle seg selv og være kreativ. Siden informanten og kona venter barn er det viktig for dem å få barnehageplass når ungen deres blir gammel nok, men utover dette spiller offentlige tjenester liten rolle i forhold til bostedsvalg. På spørsmål om hva som kan bedres når det gjelder stedskvaliteter i Grimstad når man ser på byen som bosted, svarer informanten at det gjerne kunne tilrettelegges mer for studenter og et større fokus på idrettsaktiviteter blant studenter i stedet for festing og uteliv. Han skulle ønske at det ble gitt mindre penger til Ibsen- og Hamsun-arrangementer. Informanten synes heller at kommunen burde gi mer av pengene til idrettslag og andre aktiviteter for unge mennesker.

I forhold til toleranse har informanten inntrykk av at Grimstad er en tolerant by. Tidligere ble Grimstad kalt for homoby fordi det var et ganske stort miljø av homofile i byen, men som han sier, *"Det kan være en utfordring for homofile å bo i en mindre by siden alternative livsstiler lett blir lagt merke til"*. Positive sider ved at Grimstad har blitt mer internasjonal og fått flere ikke-vestlige innvandrere er at restauranttilbudet økes. Det gjør at Grimstad føles større ut enn det den egentlig er. I forhold til spørsmål om tiggere er en del av bybildet sier informanten at det har kommet noen tiggere til Grimstad det siste året fra Romania og at dette er et økende fenomen.

Den tredje representant for den kreative klasse som jeg intervjuet i Grimstad, er født på Vestlandet, men har bodd store deler av oppveksten på Sørlandet. Informanten har bodd i Grimstad i to år. Hovedårsaken til at han flyttet til byen var studietilbudet. Byen i seg selv hadde lite innvirkning på bostedsvalget. Informanten ønsker å bli værende i Grimstad i noen år, men ser for seg at han kanskje i fremtiden flytter til en annen by hvor det er flere jobbmuligheter. På spørsmål om han ser på arbeidet som en livsform eller som en måte å skaffe inntekter på (for å ha en behagelig fritid), svarer informanten: *"Jeg ser på det som en investering i fremtiden, en investering i å utvikle noe."* For vedkommende er det viktig at

stedet han bor har gode værforhold, det vil si ikke altfor kaldt om vinteren og relativt varme somre. Han synes det er viktig at kommunen legger til rette for folk som ønsker å starte nye bedrifter. Han har inntrykk av at det er lett for de store bedriftene å ekspandere i Grimstad, men er usikker på hvordan det er for mindre bedrifter og enkeltpersoner, siden han ikke kjenner til noen som har prøvd å starte bedrifter i området. Offentlige tjenester er viktig, men det er ikke en avgjørende faktor i forhold til bostedsvalg, ifølge informanten. Skoletilbud spiller liten rolle siden informanten ikke har egne barn. På spørsmål om hva som kan bedres av stedsqualiteter i Grimstad svarer informanten at han er usikker ettersom han oppholder seg lite i bysentrum. Men han har inntrykk av at det ikke er veldig mye som skjer i Grimstad. Tidligere fantes det en bowling og gokart, men disse aktivitetene har blitt nedlagt. En av grunnene til at informanten oppholder seg lite i bysentrum er at han bruker mesteparten av fritiden på studiene sine.

Jeg spurte informanten om fordeler og ulemper med ikke-vestlige innvandrere, og han svarte at en av fordelene med ikke-vestlige innvandrere er at man får et mer variert mat og restaurant-tilbud, men at det også kan skape utfordringer med personer som ikke ønsker å bli integrert i det norske samfunnet. Han har inntrykk av at Grimstad er tolerant by, men han synes at Grimstad i liten grad er en internasjonal by. De fleste som oppholder seg i bysentrum ser ut til å være lokale, men som nevnt tilbringer han lite tid der, og det kan derfor hende at hans oppfatning ikke er riktig. Universitetet er imidlertid et internasjonalt sted med studenter fra mange forskjellige land. Informanten er glad i å reise, og det er derfor viktig at det er en flyplass i nærheten av der han bor.

Den fjerde representanten jeg intervjuet fra den kreative klasse i Grimstad er født og oppvokst på Sørlandet, og han har bodd i Grimstad de siste 8 årene. Informanten trives ikke i storbyer, og han bestemte seg derfor for å slå seg ned i byen etter at han hadde fullført studiene. En av hovedgrunnene til at han valgte Grimstad var at han likte miljøet og naturkvalitetene i byen. I tillegg er sommeren og skjærgården en stor bonus ved å bo i Grimstad. Informanten gir uttrykk for at han ønsker å bo i Grimstad fremover. Han har ingen planer om å flytte. Vedkommende ser på arbeidet som en livsform: *"Jeg jobber så å si døgnet rundt og i helger fordi det er så spennende."* Informanten er singel og har ingen barn. Han er heller aldri syk. Derfor har offentlige tjenester som skole og sykehus liten betydning for bostedsvalg. Det som er viktig for informanten når han skal finne et sted å bo er at byen er

relativt liten, men den bør helst ha et variert utvalg av butikker og spisesteder. Han foretrekker å bo litt utenfor bysentrum i enebolig uten altfor mange naboer. Når det gjelder steds kvaliteter i Grimstad skulle informanten ønske at det var flere restauranter i byen. Det er en utfordring for informanten når han får besøk av forretningsforbindelser og de skal ut å spise; det er litt upassende å diskutere forretninger på en pizzarestaurant. Han skulle ønske at det var mer fokus på bedrifter og arbeidsplasser i Grimstad og uttaler at *"Slik er det når alt fokuset er rettet mot butikkene i byen."*

Informanten mener at det er lite av forskningen på UiA som er knyttet opp mot det forretningsmessige. Han mener at det ville være en stor fordel hvis mer av forskningen på UiA ble knyttet nærmere opp mot næringslivet. På spørsmål om hjemløse, narkomane og tiggere er en del av bybildet svarer informanten at slike fenomen ikke er særlig utbredt i Grimstad, men det siste året har det kommet noen tiggere fra Romania. I Grimstad finnes det ingen hjemløse ifølge informanten, men det finnes nok noen narkomane selv om det ikke er en del av bybildet. For en tid tilbake da informanten hadde besøk av en av sine forretningsforbindelser og de var på vei for å spise, kom de over en somalisk gjeng i sentrum som var til sjenanse for andre. Forretningsforbindelsen var veldig overrasket over å se en slik gjeng i en liten by som Grimstad.

Den femte personen jeg intervjuet i Grimstad er opprinnelig fra Sør-Asia og er utdannet ingeniør. Informanten har bodd i Grimstad i cirka ett år, men han hadde allerede bodd i Skandinavia i noen år før han kom til Norge. På spørsmål om han planlegger å fortsette å bo i Grimstad svarer informanten at han ønsker å bo i Norge fordi han liker landet og organiseringen, men trolig vil han flytte fra Grimstad etter hvert pga. at jobbmarkedet er litt begrenset. Videre spurte jeg informanten om hva som kjennetegner et godt sted å arbeide. Informanten svarte følgende:

*Et godt arbeidsmiljø og at folk er ærlige er veldig viktig for meg. Jeg er veldig fokusert på arbeidet, og jeg ønsker å jobbe på det stedet som gir best mulig faglig utvikling. Det er også viktig for meg at sjefen gir tilbakemeldinger og at det er lett å samarbeide med ledelsen.*

På spørsmål om informanten ser på arbeidet som en livsform eller som et sted å skaffe inntekter svarer informanten at inntekt er en viktig faktor. *"Jeg kan ikke bo på Mars selv om jeg hadde alle pengene i verden."* Han legger vekt på at arbeidsmiljøet og stedet han bor også er viktig. For informanten er det av stor betydning at byen han bor i er kompakt og at man har tilbud og tjenester i nærheten av bostedet. Gode helsetjenester er også viktig for informanten. For en tid tilbake var han hos fastlegen sin i Grimstad, og han var veldig misfornøyd med både legen og servicen der. Han uttalte at han var mer fornøyd med helsetjenestene når han bodde i Sverige.

Når det gjelder hva som kan bedres av steds kvaliteter i Grimstad når man ser på byen som bosted, ga informanten uttrykk for at Grimstad gjerne skulle vært litt mer internasjonal. Han nevner også at befolkningen i sentrum er ganske homogen og at det få aktiviteter der. Ifølge informanten virker det som om nordmenn er litt redde for å snakke med nye mennesker. Han sier:

*Mange ganger ser det ut som at begge parter venter på at den andre skal ta kontakt, men som oftest ender det opp med at man ikke snakker sammen. Jeg skulle ønske at kommunen tok initiativ til et internasjonalt forum hvor både nordmenn og utlendinger kan møtes og bli bedre kjent med hverandre.*

Når det gjelder tiggings så har informanten ikke inntrykk av at dette er et utbredt fenomen i Grimstad. På fritiden er informanten glad i å lage mat og å se på cricketmatcher. Han er godt fornøyd med naturen i Grimstad. I tillegg er det veldig praktisk at byen er relativt kompakt og at han kan spasere når han skal til matbutikken eller møte venner. Han synes det er positivt at det ikke er så mye trafikk i Grimstad og at gang- og sykkelstiene er godt utbygd.

For informantene i Grimstad har UiA og utdanningstilbudet vært sentralt for valget om å flytte til byen. I Grimstad intervjuet jeg i hovedsak studenter som tilhører den kreative klasse, ikke arbeidstakere slik som i Arendal. Den ene informanten som er fra Grimstad, nevner UiA som en av årsakene til at han har valgt å bli værende i byen. En annen informant legger vekt på at det er steds kvalitetene som gjorde at han valgte å slå seg ned i Grimstad. Det kan se ut til at Grimstad har vanskeligheter med å beholde kompetansen som universitetet tiltrekker seg ettersom informantene nevner at det er få jobbmuligheter og at de derfor sannsynligvis ønsker å flytte på seg når de er ferdige ved universitetet. Informantene gir



uttrykk for at de trives godt i Grimstad, men flere av dem ønsker å bo nærme arbeidsplassen og at det derfor ikke er aktuelt å bo i Grimstad. Fire informanter nevner at jobb og karrieremuligheter i stor grad er viktigere enn hvor de bor.

Ingen av informantene har et veldig bevisst forhold til kulturarrangementer. De har snarere kriterier som er relatert til steds kvaliteter. Imidlertid er muligheter for jobb mer sentrale enn både kulturtilbud og steds kvaliteter. Det er ikke grunnlag for å si at noen av informantene har blitt trukket til Arendal eller Grimstad pga. et yrende kulturliv. Det er imidlertid grunnlag for å si at steds kvaliteter og kulturtilbud kan være viktige for trivsel. Steds kvaliteter kan kanskje også i noen tilfeller være med på å trekke kreative mennesker til Grimstad. Resultatene i Grimstad er dermed noe av de samme som i Arendal selv om det er utdanningsmulighetene i Grimstad som er sentrale, og ikke jobbmulighetene.

## 5.8 Sammenligning av den kreative klasse i Arendal og Grimstad

Som utgangspunkt for sammenligningen har jeg valgt å lage en tabell som har likhetstrekk med den jeg brukte i kapittel 4.4.

*Tabell 3 Den kreative klasses valg av bosted*

Område	Betydning for valg av bosted	
	Steds kvaliteter (People climate)	Jobbmuligheter (Business climate)
Arendal	Noe	Mye
Grimstad	Noe	Mye

Grovt sett er resultatene ganske like i Arendal og Grimstad selv om det finnes noen små forskjeller. Når det gjelder steds kvalitet og Floridas punkt a) som tar for seg bygningsmiljøet og naturmiljøet, er tendensen ganske lik i Arendal og Grimstad. I Grimstad nevner flere av informantene at det er gode muligheter for friluftsliv, og det er ingen som kommer med nevneverdig kritikk av bygningsmiljøet. Flere av informantene i Arendal nevner også områdets naturkvaliteter. I Arendal er det imidlertid en mer utstrakt kritikk av bygningsmiljøet enn i Grimstad. I Arendal gir noen av informantene uttrykk for at kommunen

i større grad burde prøve å skape en mer levende by ved hjelp av fysisk planlegging. Floridas punkt b) som omhandler mangfold, nevnes både i Arendal og Grimstads tilfelle. Flere av informantene synes kommunen burde tilrettelegge mer for kontakt mellom utlendinger og lokalbefolkningen i begge byer. I Arendal er det misnøye blant noen av informantene fordi det er færre multikulturelle aktiviteter enn tidligere. I Grimstad er slike tilbud fraværende, ifølge en av informantene i Grimstad. Han skulle som nevnt ønske at kommunen prøvde å tilrettelegge for ulike fora hvor både nordmenn og utlendinger kan møtes.

Den største forskjellen mellom Arendal og Grimstad er relatert til Floridas punkt c) som bl.a. omhandler gateliv, kafekultur og musikk/kulturarrangementer. I Grimstad er informantene misfornøyde med en del ting relatert til dette punktet, men ikke i like stor grad som i Arendal. I Grimstad nevner flere av informantene at det er veldig dårlig med restauranter i byen og at det er få fritidstilbud. Bowlingen og gokartbanen som tidligere var i byen, har blitt lagt ned. Hos bedriften Redrock gis det også uttrykk for at det er dårlig med fritidsaktiviteter og restauranttilbud i Grimstad. Når det gjelder aktiviteter for barn og ungdom i regi av kommunen er dette ikke-eksisterende i Grimstad. Kommunen har ifølge SSB ingen fritidssentre, mens Arendal har hele fem.<sup>20</sup>

I Arendals tilfelle er det flere av informantene som nevner at punkt c) er viktig for dem i forhold til trivsel. En av informantene ønsker som nevnt å flytte fra Arendal pga. det begrensede kulturtilbud i byen, og han savner å kunne møte vennene sine uformelt i bysentrum slik som han er vant til fra hjemlandet. I tillegg er det et begrenset utvalg av restauranter. Personalsjefen i NOV gir også uttrykk for at restauranttilbudet i Arendal er litt dårlig. Informanten som opprinnelig er fra USA synes Arendal har en del tilbud i forhold til størrelsen, men han skulle ønske at det var flere attraksjoner i sentrum. Hvis man ser nærmere på utgiftene i kultursektoren, bruker Arendal mye penger på museumsaktiviteter sammenlignet med Grimstad. Fra 2008 til 2011 brukte Arendal i gjennomsnitt rundt 5,4 millioner kr. i året på slike aktiviteter, mens Grimstad i samme periode bare brukte rundt

---

20

[https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=kultur\\_koetra&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&checked=true](https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=kultur_koetra&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&checked=true)

800.000 kr. i året.<sup>21</sup> Når det gjelder bevilgninger til det SSB kaller kunstformidling er det imidlertid omvendt. Arendal har i løpet av de siste fire årene brukt 328.000 i gjennomsnitt hvert år, mens tallene for Grimstad er ca. to millioner per år. Kommunene kan imidlertid utfylle hverandre når det gjelder kultursektoren ettersom byene er lokalisert relativt nærme hverandre.

Hvis man ser på totale investeringsutgifter per innbygger til kultursektoren, er det Arendal som bruker mest penger. De siste ti årene, altså fra 2002 til 2011 har Arendal i gjennomsnitt brukt 1145 kr. i året per innbygger, og utgiftene har vært stigende gjennom hele perioden. I samme periode ble det i Grimstad brukt i gjennomsnitt 1006 kr. per innbygger, og utgiftene var ikke stigende alle årene i perioden slik som i Arendals tilfelle. For 2011 var tallene for Arendal og Grimstad henholdsvis 1404 kr. og 1158 kr. per innbygger.<sup>22</sup> Hvis man ser på landsgjennomsnittet for 2011, er dette betraktelig høyere enn i Arendal og Grimstad. Ifølge SSB lå det på hele 1790 kr., noe som viser at Arendal og Grimstad bruker relativt lite penger på kultur i forhold til andre kommuner. Selv om Arendal bevilger mer penger til kultur per innbygger enn Grimstad, har jeg inntrykk av at informantene i Arendal var mer misfornøyde med kulturtilbudet enn informantene i Grimstad. Asheim & Hansen (2009) hevder som nevnt at ingeniører er mer opptatt av business climate enn people climate pga. kunnskapsbasen deres. Hvis man følger Asheims tankegang kan kanskje en av grunnene til forskjellen mellom Arendal og Grimstad være at informantene i Grimstad i hovedsak er ingeniører, mens informantene i Arendal hadde en mer variert utdanningsbakgrunn. I det store og det hele gir resultatene i Arendal og Grimstad inntrykk av at jobbmuligheter er viktigere enn steds kvaliteter når det kommer til valg av bosted. Steds kvaliteter er imidlertid en viktig faktor for trivsel i begge byer, og muligens kan dårlige steds kvaliteter føre til at Arendal og Grimstad mister verdifull arbeidskraft.

---

<sup>21</sup>[https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=Kostra2KKKulturn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&KortNavnWeb=kultur\\_kostra&StatVariant=&checked=true](https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=Kostra2KKKulturn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&KortNavnWeb=kultur_kostra&StatVariant=&checked=true)

<sup>22</sup>[https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=Kostra2KKKulturn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&KortNavnWeb=kultur\\_kostra&StatVariant=&checked=true](https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=Kostra2KKKulturn&nvl=&PLanguage=0&nyTmpVar=true&CMSSubjectArea=kultur-og-fritid&KortNavnWeb=kultur_kostra&StatVariant=&checked=true)

## 6 KOMMUNENES TILRETTELEGGING OG HVA SOM FAKTISK TILTREKKER OG FRASTØTER DEN KREATIVE KLASSE OG NÆRINGSLIV TIL ARENDAL OG GRIMSTAD

Som jeg har kommet frem til i tidligere kapitler, har Arendal og Grimstad litt forskjellige strategier i forhold til tiltrekking av den kreative klasse og næringsliv. For at Arendal og Grimstad skal få best mulig utbytte av sine strategier er det et poeng å lytte til hva den kreative klasse og næringsliv selv anser som sentralt når det gjelder bosted og lokalisering. Jeg vil derfor i dette kapitlet se nærmere på Arendal og Grimstad sine strategier for å tiltrekke seg den kreative klasse og næringsliv og i hvilken grad disse strategiene er i tråd med de faktorene som den kreative klasse og næringsliv selv anser som sentrale. Som utgangspunkt for denne diskusjonen vil jeg bruke tabellene i kapittel 4.4 og kapittel 5.8. Førstnevnte tabell gir et overblikk over hvilke teorier Arendal og Grimstad synes å bruke som inspirasjon til sin næringspolitikk. Sistnevnte tar for seg hvilken betydning steds kvaliteter og jobbmuligheter har for valg av bosted for den kreative klasse. For å få frem hva som er viktig for næringslivet i en lokaliseringsprosess, vil jeg bruke elementer fra intervjuene jeg gjennomførte med bedrifter i Arendal og Grimstad, ettersom jeg ikke fant det formålstjenlig å lage tabeller for å oppsummere disse intervjuene. For å få flere detaljer med i diskusjonen vil jeg også bruke deler fra kapitlene som tar for seg Arendal og Grimstads kommuneplan og intervjuene med den kreative klasse. Forsknings spørsmål nummer tre legger slik grunnlaget for diskusjonen i dette kapitlet:

*3. I hvilken grad er Arendal og Grimstads aktiviteter for å tiltrekke den kreative klassen og (kunnskapsbasert) næringsliv i tråd med de faktorene som den kreative klassen og næringslivet selv anser som sentrale?*

## 6.1 Arendal

I intervjuene med den kreative klasse i Arendal kom det frem at jobbtilbud var hovedårsaken til at informantene valgte å flytte til byen. Det var først og fremst informantenes sosiale nettverk som gjorde at de ble oppmerksomme på jobbmulighetene i Arendal. Ingen av informantene hadde flyttet til Arendal hvis det ikke hadde vært for at de hadde fått jobbtilbud. Hvis det er en generell tendens at jobbmuligheter er det mest sentrale for å få den kreative klasse til å flytte til Arendal, slik det kommer frem av tabellen i kapittel 5.8, er det viktig at det skapes spennende og utfordrende jobber. Resultatene fra mine intervjuer av den kreative klasse i Arendal viser at steds kvaliteter er mindre viktig enn jobbmuligheter når det kommer til valg av bosted, men steds kvaliteter er viktig for trivsel når man først har flyttet til Arendal.

I analysen av kommuneplanen og intervjuer med politikk-utformere i Arendal fikk jeg inntrykk av at byen og kommunen har hatt en positiv utvikling de siste årene, både økonomisk og befolkningsmessig. Det ser ut til at næringsdelen i kommuneplanen bærer preg av denne utviklingen. Hovedfokuset til kommunen er å fasilitere vekst i form av tilrettelegging for nye og eksisterende bedrifter. Eksempler på dette er bl.a. det første punktet jeg nevner i kapittel 4.2.2, som legger vekt på at Arendal ønsker å fremstå som en forutsigbar og effektiv samarbeidspartner for næringslivet, og det andre punktet jeg nevner, som har fokuset rettet mot å tilby konkurransedyktige næringsarealer for eksisterende næringsliv og for tilflytning av nye bedrifter.

Som tidligere nevnt ga næringssjefen i intervjuet uttrykk for at de viktigste satsingsområdene i Arendal i forhold til næringsutvikling er boligbygging, tilrettelegging av gode næringsarealer og kulturopplevelser. I kapittel 4.4 kom jeg frem til at Arendal i liten grad bruker teori om næringsklynger som inspirasjon for næringspolitikken. Det er først og fremst tradisjonelle innovasjonsvirkemidler som råder, men Arendal henter også noe inspirasjon fra Florida. Satsingen på næringsarealer innebærer på mange måter at kommunen deltar i et nullsumspill hvor man i stor grad konkurrerer med andre kommuner i Norge om å ha de beste næringsarealene.

Noen av informantene fra den kreative klasse i Arendal er fornøyde med byens steds kvaliteter, både når det gjelder natur og kultur. Det er imidlertid også noen av informantene som er litt misfornøyde. Kritikken går først og fremst på at det er lite aktiviteter i sentrum. Det er for eksempel ingen museer eller kunstgallerier i sentrum av Arendal, ifølge

informanten fra USA. Informanten fra Sør-Europa synes at kulturtilbudet i Arendal jevnt over er dårlig. I tillegg gir han som nevnt uttrykk for at det er veldig få restauranter og utesteder i byen. Resultatene fra intervjuene tyder på at den kreative klasse i Arendal i noen grad har ulike interesser og preferanser når det kommer til stedskvaliteter. I kommuneplanens kapittel som heter "Kultur og identitet", markedsfører Arendal seg som en by med kultur for alle hele året. Selv om Arendal har en ustrakt kultursatsing, ser det ut til at det er forbedringspotensiale på noen områder. En av grunnene til at to av informantene fra den kreative klasse er misfornøyde med kultursatsingen kan være at de kommer fra større byer som har mer variasjon og bredde i kulturtilbud enn Arendal.

I det store og det hele stemmer Arendals aktiviteter for å tiltrekke seg den kreative klasse i noen grad overens med de faktorene som den kreative klasse selv anser som sentrale. Når det gjelder jobbmuligheter er det et ganske godt samsvar mellom det Arendal gjør og det som er sentralt for den kreative klasse. Men kommunen kunne kanskje hatt et enda større fokus på å skape helt nye arbeidsplasser. Det er i mindre grad overenstemmelse når det gjelder stedskvaliteter, selv om flere av informantene er fornøyde med tingenes tilstand. I denne diskusjonen er det kanskje også et behov for å differensiere mellom medlemmer av den kreative klasse. Jeg var så vidt inne på dette i kapittel 2.2.1. De fra den kreative klasse som har barn, er ofte opptatt av oppvekstvilkår og fritidstilbud for barna sine, mens de som ikke har barn, i mange tilfeller er veldig mobile og har store krav i forhold til kulturtilbud. Hvis man følger en slik differensiering vil det i mange tilfeller være vanskelig for en kommune å tilfredsstille den kreative klasse på alle områder. Satsingen på stedskvaliteter har en sentral posisjon i Arendals kommuneplan, men det kan se ut til at det er en utfordring å tilfredsstille folk fra den kreative klasse som kommer fra store byer med et bredt kulturtilbud. Det er likevel ikke veldig oppsiktsvekkende at folk har litt forskjellige interesser når det kommer til fritidsaktiviteter og kulturtilbud. I bypolitikken generelt vil det som oftest være noe uenighet både blant innbyggere og politikere om hva som er de viktigste satsingsområder i forhold til stedsutvikling spesielt, men også næringspolitikk.

Bedriftene jeg intervjuet i Arendal har allerede opparbeidet seg et sterkt merkenavn både lokalt og internasjonalt. Både Gard og NOV gir uttrykk for at det er enkelt å rekruttere arbeidskraft med høy kompetanse til bedriften. Den internasjonale skolen er også en viktig faktor i rekrutteringen av utenlandsk arbeidskraft. Personalsjefen i NOV ga imidlertid uttrykk

for at infrastrukturen i noen tilfeller er en ulempe for bedriften. I forhold til kulturtilbud har verken NOV eller Gard AS inntrykk av at dette i seg selv trekker folk til Arendal. Det er heller en viktig faktor for trivsel for de som bosetter seg eller flytter tilbake til Arendal.

Det ser ut til at det er rimelig godt samsvar mellom kommunens strategi for å tiltrekke seg kunnskapsbasert næringsliv og de faktorene bedriftene selv anser som sentrale. Kommunen arbeider bl.a. for å utbedre infrastruktur på vei og jernbane, og den internasjonale skolen blir også trukket frem som en viktig del av satsingen fra kommunens side på å tiltrekke seg utenlandsk arbeidskraft med høy kompetanse. Det er imidlertid vanskelig å vurdere kommunens satsing på næringsarealer utfra intervjuene med Gard AS og NOV ettersom begge bedriftene har eid bygningene og tomtene de holder til på i lang tid. Hovedårsaken til at Gard AS og NOV er lokalisert i Arendal er først og fremst pga. historiske hendelser. For Gard AS sin del var det regionens sterke posisjon innen skipsfart som var avgjørende, mens for NOV sin del var det nyutdannede og kreative ingeniører som hadde et ønske om å flytte tilbake til hjemstedet.

## **6.2 Grimstad**

I Grimstad intervjuet jeg i hovedsak studenter som tilhører den kreative klasse, i motsetning til Arendal hvor alle informantene allerede har fullført sin utdanning og er ute i jobb. Likevel er tendensen noe av den samme i både Arendal og Grimstad. Som vist i tabellen i kapittel 5.8 er jobbmuligheter sentralt for valg av bosted for informantene i Grimstad slik som i Arendal. Flere av informantene gir derfor uttrykk for at de ønsker å flytte fra Grimstad når de er ferdige med utdannelsen fordi jobbmarkedet i byen er begrenset. Stedskvalitetene spiller en viktig rolle for trivsel slik som i Arendal. Forskjellen fra Arendal i mitt datamateriale er at en av informantene i Grimstad har bosatt seg i byen pga. stedskvalitetene.

I kapittel 4.4 kom jeg frem til at næringspolitikken til Grimstad i liten grad er inspirert av Floridas teori om den kreative klasse. Den henter derimot mye inspirasjon i form av klyngeteori. Grimstad har et stort fokus på tilrettelegging av næringsarealer slik som i Arendal. Forskjellen sammenlignet med Arendal er at Grimstad har fokus på å skape synergieffekter og samspill mellom bedriftene. Grimstad har slik en slags blanding av tradisjonelle innovasjonsvirkemidler og klyngetankegang. Kommuneplanen har mye fokus

rettet mot den videre utviklingen av universitetet. Grimstad har fått til veldig mye på utdanningsfronten, men ut ifra resultatene fra intervjuene med den kreative klasse kan det se ut til at det er en utfordring å bevare kompetansen i området pga. få jobbmuligheter i Grimstad. Universitetet har imidlertid hatt betydning for opprettelsen av flere bedrifter, bl.a. Redrock, som ble startet av studenter ved UiA. Lederen av næringsrådet gir imidlertid uttrykk for at Grimstad ikke har vært flinke nok til å markedsføre seg overfor nye bedrifter. I løpet av de siste elleve årene har det bare blitt skapt 570 nye arbeidsplasser. Nettoinnflyttingen i denne perioden var på 2466 personer, mens folketilveksten var 3773 personer.

Blant den kreative klasse i Grimstad er det en av informantene som synes at Grimstad har ganske mye å tilby når det kommer til kulturtilbud og ulike fritidsaktiviteter. De fire andre informantene har en litt annen oppfatning av stedskvalitetene selv om det er flere ting de er fornøyde med. Kritikken går først og fremst ut på at informantene skulle ønske at det var flere aktiviteter i bysentrum, flere restauranter og at det ble bevilget mer penger til idrett. Det er mulig for kommunen å bidra på alle disse områdene. Kommunen kan for eksempel starte et kommunalt fritidssenter og være med på å åpne en kulturkafe med live-musikk.

I kommuneplanen har Grimstad som mål å ha et attraktivt sentrum med særpreg. Ifølge informantene fra den kreative klasse ser det ut til at kommunen ikke helt har lyktes med denne strategien. Når det gjelder den kulturelle satsingen i Grimstad er hovedfokuset på å bygge et nytt bibliotek, videreutvikle Fjæreheia og innholdet i dikternes by. Det er imidlertid ingen av informantene fra den kreative klasse som gir uttrykk for at de har noen spesiell interesse av denne satsingen. Foruten handel og butikkvirksomhet er det ingen punkter i kommuneplanen som har noen konkrete planer for å skape mer aktivitet i sentrum, og kommunen har heller ingen multikulturelle arenaer hvor utlendinger og nordmenn kan møte hverandre slik informanten fra Sør-Asia etterlyser.

Grimstads strategier samsvarer i noen grad med de faktorene den kreative klasse selv anser som sentrale. Ifølge kommuneplanen er Grimstads hovedsatsingsområde universitetet og tilrettelegging av næringsarealer. Grimstads aktiviteter er slik til dels i tråd med de faktorene den kreative klasse selv anser som sentrale i forhold til jobbmuligheter. Grimstad har imidlertid hatt lite fokus på å få inn nye bedrifter, og satsingen på næringsarealer har ikke gitt gode resultater i form av nye arbeidsplasser. Når det gjelder stedskvaliteter er det imidlertid mer tvil om kommunens satsing er i samsvar med den kreative klasses interesser.



Informantene viser generelt lite interesse for kommunens satsing på steds kvaliteter, og det nevnes flere områder hvor det er et klart forbedringspotensiale. Satsing på steds kvaliteter samsvarer derfor i liten grad med de faktorene den kreative klasse selv anser som sentrale i Grimstad.

I bedriftsintervjuene i Grimstad ga daglig leder i Redrock uttrykk for at det er positivt at universitetet er lokalisert i Grimstad, både i forhold til forskning og rekruttering av arbeidskraft til bedriften. Siden Grimstad er en forholdsvis liten by opplever Redrock å bli invitert på ulike arrangementer av kommunen. Daglig leder i Redrock ga også uttrykk for at Grimstad har mye ledige kontorlokaler og at det derfor er billig å leie. Kommunens satsing på nye næringsområder er slik muligens litt selvmotsigende hvis det er korrekt at Grimstad har mye ledige lokaler. Negative sider ved å være lokalisert i Grimstad er, ifølge daglig leder i Redrock, at ingen av bedriftens kunder holder til i Grimstad. I tillegg er det få restauranter og et begrenset kulturtilbud i byen.

Personalsjefen i Devoteam Solutions ga i intervju uttrykk for at deltakelsen i Node og Digin er en av de positive sidene ved å være lokalisert i Grimstad. For Devoteam er universitetssatsingen i Grimstad viktig på den måten at det er enkelt å rekruttere kompetent arbeidskraft til bedriften. Personalsjefen synes imidlertid at restauranttilbudet er noe begrenset, men årsaken til det er, hevder hun, at folk i Grimstad generelt ikke er glade i å spise ute.

For næringslivet ser det ut til at nærheten til universitetet, ulike nettverk og billige kontorlokaler er noen av fordelene med å være lokalisert i Grimstad. Begge bedriftene gir uttrykk for at de generelt er fornøyde med å være lokalisert i Grimstad. Kritikken fra bedriftene er noe av den samme som hos den kreative klasse: Et mer variert restauranttilbud og bedre steds kvaliteter. I det store og det hele synes Grimstads satsing på kunnskapsbasert næringsutvikling å være i rimelig god overenstemmelse med de faktorene som to sentrale kunnskapsbedrifter i kommunen selv anser som sentrale.

## 7 KONKLUSJON

Denne oppgavens overordnede mål har vært å kaste lys over spørsmålet om hva som kommer først av folk og arbeidsplasser i Arendal og Grimstad, og i hvilken grad synspunkter om people climate og business climate er vurdert i kommunenes næringsplaner. For å besvare dette har jeg analysert kommunale næringsstrategier, stedsattraktivitet og næringsutvikling i begge kommunene. I dette avsluttende kapitlet vil jeg oppsummere hovedpunktene i min analyse. Jeg vil deretter diskutere 1) om mine funn kan gi noen tilbakemeldinger til teoriene jeg bruker og 2) om svarene mine er knyttet til spesielle forhold i Arendal og Grimstad eller om de er overførbare til andre byer.

Det første forskningsspørsmålet var todelt, og første del av spørsmålet var: *Hvordan markedsfører og tilrettelegger Arendal og Grimstad for tiltrekning av den kreative klasse og næringsliv?* Arendal markedsfører seg som en by med kultur for alle hele året, og det legges vekt på å bruke kunst og kultur som virkemiddel i byutviklingen. Det er fokus på at regionen skal være attraktiv for internasjonal arbeidskraft med høy kompetanse. Den internasjonale skolen er en viktig del av denne satsingen. I praksis legger Arendal opp til at det skal være mye som skjer på kultursiden, slik at folk som er vant til et godt kulturtilbud, ikke skal savne dette dersom de velger å flytte til Arendal. Overfor næringslivet markedsfører Arendal seg som en av Norges beste næringslivskommuner. Arendal legger vekt på å fremstå som en forutsigbar og effektiv samarbeidspartner for næringslivet. Kommunen har tre hovedområder i sin strategi for næringsutvikling: 1) riktig boligbygging, 2) tilrettelegging av gode næringsarealer og 3) satsing på kulturopplevelser og kulturarrangementer.

Grimstad markedsfører seg som en by med et attraktivt bysentrum. I forhold til steds kvalitet har Grimstad hovedfokus rettet mot den fysiske delen av byutviklingen. Det er generelt lite fokus på kulturaktiviteter sammenlignet med Arendal. De kulturelle aktivitetene det satses på i Grimstad, er Ibsen, Hamsun og teaterscenen i Fjæreheia. Overfor næringslivet markedsfører Grimstad seg som en anerkjent universitetsby. Hovedfokus i Grimstad er rettet mot tilrettelegging av store og gode næringsarealer, slik at det kan oppstå synergieffekter. Universitetet er en viktig del av denne satsingen. Den andre delen av det første forskningsspørsmålet var: *I hvilken grad og hvordan påvirker tanken om den kreative klassen*

*og næringsklynger politikken i Arendal Grimstad?* Arendal bruker i noen grad Floridas teori om den kreative klasse som inspirasjon i næringspolitikken. Tanken om den kreative klasse påvirker først og fremst politikken i Arendal i form av satsing på kunst og kultur for å øke tilflytningen til byen, men også for å skape trivsel for byens innbyggere. Når det gjelder teori om næringsklynger brukes dette i liten grad som inspirasjon til næringspolitikken i Arendal. Hovedsatsingen er rettet mot tilrettelegging av næringsarealer, noe som kan sees på som en satsing på tradisjonelle innovasjonsvirkemidler.

Grimstad bruker i liten grad Floridas teori om den kreative klasse som inspirasjon i næringspolitikken. Det satses en del på steds kvaliteter i Grimstad, men det er lite som tyder på at Florida har vært brukt som inspirasjon for denne politikken. Grimstad er derimot i stor grad inspirert av teori om næringsklynger. I kommuneplanen er det snakk om å skape arenaer og miljøer som kan bidra til å videreutvikle lokal kunnskap. Kommunens tilrettelegging av gode næringsområder vil føre til at det oppstår samspill og synergieffekter.

Oppgavens andre forskerspørsmål var: *Hva tiltrekker og frastøter den kreative klasse og næringsliv til ulike deler av Arendal Grimstad?* For den kreative klasse er det, ut fra mine intervjuer med representanter for den kreative klassen, jobbmuligheter som har vært den avgjørende faktoren i valget om å bosette seg i Arendal. Når det gjelder steds kvaliteter er det litt ulike oppfatninger om dette. Noen er fornøyde, mens andre er litt misfornøyde med tingenes tilstand. I forhold til kulturtilbud kan det se ut til at medlemmer fra den kreative klasse som er vant til et bredt kultur- og restauranttilbud, i noen tilfeller kjeder seg i Arendal.

For næringslivet er det i hovedsak steds kvaliteter, men også historiske hendelser som har vært avgjørende for lokaliseringen i Arendal. En av fordelene ved å være lokalisert på et lite sted som Arendal er at arbeiderne i mange tilfeller er mer trofaste enn i større byer. Bedriftene har slik mulighet til å bygge videre på den kompetansen som allerede finnes. Den internasjonale skolen gjør det også attraktivt for internasjonal arbeidskraft å bosette seg i Arendal. En av bakdelene for bedriftene ved å være lokalisert i Arendal er at det flere steder er dårlig infrastruktur, i tillegg til at Arendal har et begrenset restaurant- og kulturtilbud.

For den kreative klasse i Grimstad er det ut fra mine intervjuer jobbmuligheter som er det sentrale i forhold til valg av bosted. Men steds kvaliteter kan også i noen tilfeller spille en avgjørende rolle. Det som frastøter den kreative klasse fra Grimstad er begrensede jobbmuligheter og i noen grad et begrenset tilbud av fritidsaktiviteter. I Grimstads tilfelle er

det i hovedsak nærhet til universitetet, kompetansen i området og stedskvalitetene som synes å trekke næringslivet til byen. Et lite kundegrunnlag og et begrenset kulturtilbud kan imidlertid virke frastøtende.

Oppgavens tredje forskningsspørsmål var: *I hvilken grad er Arendal og Grimstads aktiviteter for å tiltrekke den kreative klassen og (kunnskapsbasert) næringsliv i tråd med de faktorene som den kreative klassen og næringslivet selv anser som sentrale?* Arendals aktiviteter for å tiltrekke seg den kreative klasse stemmer i noen grad overens med de faktorene som den kreative klasse selv anser som sentrale. Jobbmessig er det et ganske godt samsvar mellom hva Arendal gjør i praksis, og hva som er viktig for medlemmene av den kreative klasse som ble intervjuet. Arendal kunne imidlertid lagt større vekt på å skape helt nye arbeidsplasser. Når det gjelder stedskvaliteter er det i mindre grad overenstemmelse mellom det som gjøres fra kommunens side og hva som er viktig for den kreative klasse. Tilbakemeldingene fra den kreative klasse i Arendal er ganske varierte på dette området. Kanskje kan det være et behov for å differensiere mellom de medlemmene av den kreative klasse som er mobile og opptatt av kulturtilbud, og de som har familie og som muligens er mer opptatt av oppvekstsvilkår og fritidstilbud for barn. I forhold til tiltrekking av kunnskapsbasert næringsliv synes det å være et godt samsvar mellom det som gjøres fra kommunens side, og de faktorene som er sentrale for det kunnskapsbaserte næringslivet.

Grimstads strategier for tiltrekking av den kreative klasse samsvarer i noen grad med de faktorene som medlemmer av den kreative klasse selv anser som sentrale. Jobbmessig er det til dels samsvar, men kommunens satsing har ikke resultert i opprettelsen av nye arbeidsplasser. Når det gjelder stedskvaliteter er det i liten grad overenstemmelse mellom kommunens satsing og de faktorene som er sentrale for den kreative klasse. Informantene viste generelt lite interesse for kommunens satsingsområder. I forhold til Grimstads strategier for tiltrekking av kunnskapsbasert næringsliv er det et rimelig godt samsvar mellom hva kommunen gjør og de faktorene næringslivet anser som sentrale.

Hovedspørsmålet i denne studien av Arendal og Grimstad er hva som kommer først av folk og arbeidsplasser. Intervjuene med den kreative klasse og næringsliv gir grunnlag for å konkludere med at arbeidsplasser i mange tilfeller kommer før folk i Arendal og Grimstads tilfelle. Dette medfører at Floridas hovedbegrunnelse om å tiltrekke seg den kreative klasse som grunnlag for næringsutvikling i mindre grad er aktuell i Arendal og Grimstad, selv om

den muligens kan ha noe for seg i enkelte tilfeller, og da først og fremst i form av Floridas steds kvalitet punkt a). Resultatene fra intervjuene i Arendal og Grimstad kan kanskje tyde på at unge og single som tilhører den kreative klasse, i noen grad har mer ulike preferanser enn det Florida påstår. I både Arendal og Grimstads tilfelle var det noen av disse informantene som viste liten interesse for kulturtilbud og uteliv. Muligens kan dette til dels forklares med Asheim & Hansens (2009) påstand om at ingeniører har en syntetisk kunnskapsbase, noe som gjør at de verdsetter business climate høyere enn people climate.

Jeg stiller meg bak Andersen et al. (2010b) og Isaksen (2010) som hevder at en spennende arbeidsplass er mer sentralt enn people climate når det gjelder å forklare bostedsvalget til den kreative klasse utenfor de største byene i Norden. Jeg begrenser imidlertid mine funn til Norge ettersom jeg ikke har gjennomført intervjuer i de andre nordiske landene. Det virker som om det kun i liten grad er stedsspesifikke faktorer som gjør at resultatene ikke er overførbare til andre småbyer i Norge. Derfor er det grunn til å tro at flere av faktorene jeg har belyst vil gjøre seg gjeldene også for andre mindre byer i Norge. Både Arendal og Grimstad har gode steds kvaliteter, spesielt når det gjelder naturmiljø, og begge byer er populære feriemål om sommeren. Det er slik liten grunn til å tro at Floridas teori vil være mer aktuell i andre småbyer i Norge. Resultatene i denne studien kan muligens også være aktuelle i småbyer andre steder i verden, men ettersom kultur og kontekst kan være veldig forskjellig fra situasjonen i Norge er det vanskelig å si noe sikkert uten at det gjennomføres studier i de aktuelle landene.

## REFERANSELISTE

- Amdam, R. m.fl. 1995. *Regional politikk og bygdeutvikling: Drøfting av lokale tiltaksstrategier*. Samlaget, Oslo.
- Amin, A. et al. 1994. Regional incentives and the quality of mobile investment in the less favoured regions of the EC. *Progress in planning*, 41 (1), 27-31.
- Andersen, J. m.fl. 2004. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt forlag, Oslo.
- Andersen, K.V. et al. 2010a. Nordic City Regions in the Creative Class Debate – Putting the Creative Class Thesis to a Test. *Industry and Innovation* 17 (2), 215-240.
- Andersen, K.V. et al. 2010b. One Size Fits All? Applying the Creative Class thesis onto a Nordic Context. *European planning studies*, 18 (10), 1591-1609.
- Arbo, P. 2005. Sterke regioner i et næringslivs- og innovasjonsperspektiv. *Knudsen, J.P (red.). Sterke regioner – forskning og reform*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Asheim, B.T & L. Coenen. 2006. Contextualising Regional Innovation Systems in a Globalising Learning Economy: On Knowledge Bases and Institutional Frameworks. *The journal of technology transfer*, 31 (1), 163-173.
- Asheim, B & H.K. Hansen. 2009. Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden. *Economic geography*, 85 (4), 425-442.
- Bathelt, H. 2001. Regional competence and economic recovery. Divergent growth paths in Boston's high technology economy. *Entrepreneurship and regional development*, 13 (4), 287-314.
- Bathelt, H. et al. 2004. Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in human geography*, 28 (1), 31-56.
- Baxter, J. 2010. Case studies in Qualitative Research. *Hay, I. (ed.). Qualitative research methods in human geography*. Oxford University Press, Don Mills.
- Boschma, R.A & J.G. Lambooy. 1999. Evolutionary economics and economic geography. *Journal of Evolutionary Economics*, 9 (4), 411-429.
- Dicken, P. 2010. *Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy*. Sage publications, London.
- Dowling, R. 2010. Power, Subjectivity and Ethics in Qualitative Research. *Hay, I. (ed.). Qualitative research methods in human geography*. Oxford University Press, Don Mills.
- Florida, R. 2002. *The Rise of The Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic books, New York.
- George, A.L. & A. Bennett. 2005. *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. MIT Press, Cambridge.

- Gerring, J. 2007. *Case Study Research: Principles and Practices*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Glaeser, E. L. 2005. Review of Richard Florida's The rise of the creative class. *Regional Science and Urban Economics*, 35(5), 593–596.
- Hall, P. et al. 1983. The American computer software industry. Economic development prospects. *The Built Environment* 9 (1), 29-39.
- Hesselberg, J. 2012. *Kvalitativ metode*. Forelesning SGO 4010, 24.01.2012. Universitetet i Oslo.
- Isaksen, A. 2008. Høyt teknologisk industri. Lokale klynger i nasjonale og globale nettverk. *Isaksen, A. A. Karlsen og B. Sæther (red.). Innovasjoner i norske næringer – et geografisk perspektiv*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Isaksen, A. & B. Asheim. 2008. Den regionale dimensjonen ved innovasjoner. *Isaksen, A. A. Karlsen og B. Sæther (red.). Innovasjoner i norske næringer – et geografisk perspektiv*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Isaksen, A. 2010. Innovasjonspolitik I et regionalt perspektiv. *Spilling, O.R. (red.). Innovasjonspolitik – Problemstillinger og utfordringer*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Jacobs, J. 1961. *The Death and Life of Great American Cities*. Random House, New York.
- Jakobsen, S.E. & K. Onsager. 2008. Innovasjonspolitik for regional næringsutvikling. *Isaksen, A. A. Karlsen og B. Sæther (red.). Innovasjoner I norske næringer – et geografisk perspektiv*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Keeble, D & F. Wilkinson. 2010. Collective Learning and Knowledge Development in the Evolution of Regional Clusters of High Technology SMEs in Europe, *Regional Studies*, 33 (4), 295-303.
- Kelly, K. 1998. *New Rules for the New Economy: 10 radical strategies for a Connected World*. Viking, New York.
- Lloyd, R, & T.N. Clark. 2001. The city as an entertainment machine. *Urban sociology*, 6 (2), 357-378.
- Lloyd, R. 2006. Neo – Bohemia. *Art and commerce in the postindustrial city*. Routledge, New York.
- Malanga, S. 2004 The curse of the creative class. *City Journal Winter 2004*.
- Markussen, A. 2005. Urban development and the politics of a creative class. Evidence from a study of artists. *Environment and Planning*, 38 (10), 1921-1940.
- Martin, R & P. Sunley 2003. Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea. *Journal of economic geography*, 3 (1), 5-35.
- Maskell, P. 2001. Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster. *Industrial and corporate change*, 10 (4), 921-943.

- Menzel M.P. & D. Fornah. 2010. Cluster life cycles – dimensions and rationales of cluster evolution. *Industrial and corporate change*, 19 (1), 205-238.
- Peck, J. 2005. Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29 (4), 740-770.
- Porter, M. 1998. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76 (6), 77- 90.
- Porter, M. E. 2000. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14 (1), 15-34.
- Ragin, C. 1994. *Constructing Social Research*. Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Scott, A.J & M. Storper. 2003. Regions, Globalization, Development. *Regional Studies*, 37(6), 579-593.
- Sjøholt, P. 2006. Webers Lokaliseringsteori. Industriproduksjonens lokalisering under fri konkurranse. *Larsen, S.U. (red.). Teori og metode i geografi*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Sørensen, et al. 2007. *Udvikling i provinsbyer baseret på oplevelsesøkonomi og den kreative klasse*. Roskilde universitet, Nykøbing.
- Tallman et al. 2004. Knowledge, clusters and competitive advantage. *Academic management review*, 29(2), 258-271.
- Thagaard, T. 2003. *Systematikk og innlevelse – en innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Thiel, J. 2004. *Ambivalences of the creative class: Space, reflexivity and the restructuring of the German advertising industry*. Paper presented at the 44th ERSa congress on “Regions and fiscal federalism.” 25-29 August 2004, Oporto.
- Tinagli, I. 2012. *Norway in the creative age*. forskningsrapport laget i samarbeid med statens vegvesen prosjekt Bystrategi Region sør og Abelia.
- Trip, J.J. 2007. Assessing quality of place. A comparative analysis of Amsterdam and Rotterdam. *Journal of urban affairs*, 29 (5), 501-517.
- Vatne, E. 2005. *Storbyene I kunnskapsøkonomien. Arena for kunnskapsdeling og nyskaping*. Scandinavian Academic Press, Oslo.
- Weber, A. 1971. *Theory of the location of industries*. Russel & Russel, New York.
- Winchester, P.M. & M.W. Rofe. 2010. Qualitative research and its place in human geography. *Hay, I. (ed.). Qualitative research methods in human geography*. Oxford University Press, Don Mills.



## Vedlegg 1. Oversikt over informanter

### Politikk-utformere

Informantkategori	Dato for intervju	Hvor
Dalig leder Grimstad næringsråd	25. oktober 2012	Grimstad
Næringssjef Arendal kommune	14. desember 2012	Arendal
Enhetsleder Plan og bygningsetaten Grimstad	21. januar 2013	Grimstad
Ordfører Grimstad kommune	7. februar 2013	Grimstad
Byplanlegger Arendal kommune	8. februar 2013	Arendal

### Bedriftsledere

Informantkategori	Dato for intervju	Hvor
Daglig leder Redrock	22. januar 2013	Grimstad
Personalsjef Devoteam Solutions	22. januar 2013	Grimstad
Personalsjef National Oilwell	5. februar 2013	Arendal
Personalsjef Gard AS	8. februar 2013	Arendal
Kommunikasjonsansvarlig Hovefestivalen	9. april 2013	Oslo

### Den kreative klasse

Informantkategori	Dato for intervju	Sted
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Afrika	23. januar 2013	Arendal
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Nord-Norge	23. januar 2013	Arendal
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra USA	23. januar 2013	Arendal
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Nord-Europa	24. januar 2013	Grimstad

Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Grimstad	24. januar 2013	Grimstad
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Sør Europa	5. februar 2013	Arendal
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Arendal	5. februar 2013	Arendal
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Vestlandet	6. februar 2013	Grimstad
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Sørlandet	6. februar 2013	Grimstad
Den kreative klasse Informant opprinnelig fra Sør-Asia	7. februar	Grimstad

## **Vedlegg 2. Intervjuguider**

### **Den kreative klasse**

#### *Informasjon om informanten*

1. Hva er din høyere utdanning, og hvor studerte du?
2. Hvor lenge har du bodd og arbeidet i Arendal/Grimstad?
3. Hva var grunnen til at du flyttet/ønsket å slå deg ned i Arendal/Grimstad?
4. Hva er familiesituasjonen din, og hva bestemmer bostedsvalget for dem/deg?
5. Har du planer om å bli værende i Arendal/Grimstad, eller planlegger du å flytte? Eventuelt, hvorfor ønsker du å flytte eller bli?
6. Hvor lenge har du vært i din nåværende jobb? Tenker du på å bytte jobb? I tilfelle hvorfor?

#### *Arbeidsliv*

7. Hva kjennetegner et godt sted å arbeide?
8. Ser du på arbeidet ditt som en livsform eller som et sted å skaffe inntekter (for å kunne ha en komfortabel fritid)?

#### *Bostedskvaliteter*

9. Hva er viktig for deg når du skal finne et sted å bo?
10. Er offentlige tilbud som gode skoler og helsevesen viktige?
11. Hva kan bedres i forhold til stedskvaliteter i Arendal/Grimstad når man ser på byen som bosted?

#### *Oppfatning av toleranse og åpenhet*

12. I hvilken grad mener du at homofilt samliv er akseptert i ulike miljøer i Arendal/Grimstad?
13. Arendal/Grimstad ligger litt under landsgjennomsnittet i forhold til ikke-vestlige innvandrere. Hva ser du på som fordeler og ulemper med et fremmedkulturelt innslag i Arendal/Grimstad.
14. Er hjemløse narkomane og tiggere en del av bybildet i Arendal/Grimstad? Er det et økende fenomen? Hvilken oppfatning har folk flest av dette fenomenet og eventuelle løsninger på dette?

#### *Arbeidsliv og bostedskvaliteter*

15. Hva kan gjøre at du bytter arbeidssted? Ville du eventuelt finne et nytt sted å arbeide i Arendal/Grimstad? Og vil du pendle om du fikk et nytt arbeidssted eller flytte?

16 Hva ser du på som viktig å gjøre på fritiden?

### **Intervjuguide bedriftsleder/personalsjef**

#### *Generelle spørsmål*

1. Hva er bedriftens viktigste produkter/tjenester?
2. Hvordan foregikk etableringen av bedriften og hvem var etablererne?
3. Var det et bevisst valg å etablere/flytte bedriften til Arendal/Grimstad eventuelle årsaker til det.
4. Hvem er viktige samarbeidspartnere for bedriften når det gjelder utvikling av nye produkter og tjenester?

#### *Næringsmiljø*

5. Hvilke fordeler og ulemper har bedriften av å være lokalisert i Arendal/Grimstad?
  - Hva slags muligheter har man for å rekruttere arbeidskraft med høy utdanning?
  - I hvilken grad finnes det relevante, lokale samarbeidspartnere for bedriften i Arendal/Grimstad? For eksempel underleverandører, FoU-miljøer og eventuelt andre lignende bedrifter.
  - Hvordan er den lokale etterspørselen etter bedriftens produkter/tjenester?
  - Hvor er de fleste kundene lokalisert?
  - Hvordan er infrastrukturen/transportmulighetene?

#### *Stedskvaliteter*

6. Hva slags image av Arendal/Grimstad har den høyt utdannede arbeidskraften som bedriften har behov for å rekruttere?
7. Hva trekker denne typen arbeidskraft til Arendal/Grimstad: a) utdanning, b) jobbmuligheter c) Arendal/Grimstad som et spennende sted å bo?
8. Hvordan er boligmarkedet i Arendal/Grimstad for nye ansatte i bedriften?
9. Hvilke kulturtilbud har Arendal/Grimstad, og hva slags tilbud har man når det kommer til uteliv, restauranter og butikker? Har slike tilbud en innvirkning på rekrutteringen av arbeidskraft?

10. Hvordan er mulighetene for å rekruttere høyt utdannet, utenlandsk arbeidskraft til Arendal/Grimstad? Opplever slik arbeidskraft problemer med å bli integrert i samfunnet? Er Arendal/Grimstad tolerante overfor minoriteter

## **Intervjuguide politikk-utformere**

### *Næringspolitikk*

1. Hva er hovedsatsingsområdet for næringsutvikling i Grimstad? Hvilke type bedrifter og næringer satses det på?
2. Har næringspolitikken endret seg vesentlig de siste årene?
3. Hvordan er det med politisk enighet om strategiene som gjennomføres?
4. Er satsing på kultur/kulturnæringer en del av næringspolitikken i Arendal/Grimstad?
  - På hvilken måte?
  - Hvorfor ikke?
5. Vet du om andre byer som satser spesielt på kreativitet og kultur som en del av næringspolitikken? Hvilke byer i såfall?

### *Arealstrategier*

6. Hva er hovedsatsingen i Grimstads boligpolitikk? Er det bestemte områder (sentrum vs drabantbyer) eller typer av boliger (for familier eller single) eller prisområder det satses på?
7. Hva slag utbyggingsmønster legges det opp til i forhold til næringsarealer og boligarealer i Arendal/Grimstad?

### *Utvikling av stedskvaliteter*

8. Har Arendal/Grimstad bestemte strategier for å tiltrekke seg personer/grupper til kommunen?
  - I tilfelle hvilke virkemidler? Kulturtilbud, stedsutvikling?
  - Er virkemidlene rettet inn mot spesielle grupper (yrke, utdannelse, familiestatus)?
  - Virker denne typen politikk?
9. Har Arendal/Grimstad bestemte virkemidler for å integrere innvandrere og andre innflyttere? Er det egne kommunale virkemidler eller en del av det nasjonale tilbudet?

10. Når det gjelder å rekruttere ”kunnskapsarbeidere” (unge, høyt utannede) til Arendal/Grimstad: Hvor viktig er stedskvaliteter i forhold til utdanning eller arbeidsmarked?

11. Hva er de viktigste kvalitetene Arendal/Grimstad innehar for personer som ønsker å bosette seg der?

12. Hva kan få folk til å ikke bosette seg i Arendal/Grimstad?

13. Eksisterer det en egen ide eller plan for markedsføring av Arendal/Grimstad?

### *Segregering*

14. Finnes det geografiske områder med sosiale problemer i Arendal/Grimstad (rus, arbeidsledighet)?

- Dersom det eksisterer slike områder, finnes det spesielle tiltak rettet inn mot disse problemene og områdene?

### *Kunst og kulturpolitikk*

15. Har Arendal/Grimstad en spesiell politikk og virkemidler rettet inn mot kunst og kultur?

16. Er denne politikken integrert i næringspolitikk og/eller politikk for stedsutvikling og tiltrekking av folk?

## **Intervjuguide kommunikasjonsansvarlig Hovefestivalen**

1. Hva er historien bak Hovefestivalen, og hvorfor valgte dere Arendal som lokaliseringssted for festivalen?

2. Hvem var etablererne av festivalen?

3. Var det et bevisst valg å etablere seg i Arendal? I tilfelle hvorfor?

4. Hvem er viktige samarbeidspartnere for festivalen?

5. Hvordan fungerer samarbeidet med kommunen og andre aktører i distriktet?

6. Har Hovefestivalen endret Arendals image på noen måte i løpet av de seks snart sju årene festivalen har vært i Arendal? I tilfelle hvordan?

8. Hva betyr Hovefestivalen for tiltrekking av den kreative klasse i Arendal?

- Er det flere som ser på Arendal som mer attraktiv pga denne festivalen?

9. Arendal er en by som ifølge kommuneplanen satser en del på kultur. Hvilket inntrykk har dere av denne satsingen?

10. Hva kan Arendal gjøre for å tiltrekke seg flere artister og kunstnere og slik gjøre seg mer populære overfor denne gruppen og den kreative klasse?